

significado
+++++

trabalho
significativo



20 ANOS

CARREIRA DOS SONHOS

bem-estar



ambiente
positivo

autonomia

pertencer



20 ANOS

OBRIGADA AOS

1.298.081

participantes

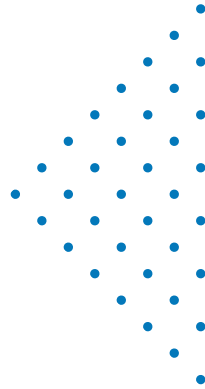
**QUE CONTRIBUÍRAM NA
CONSTRUÇÃO DE 20 ANOS DE
CARREIRA DOS SONHOS**

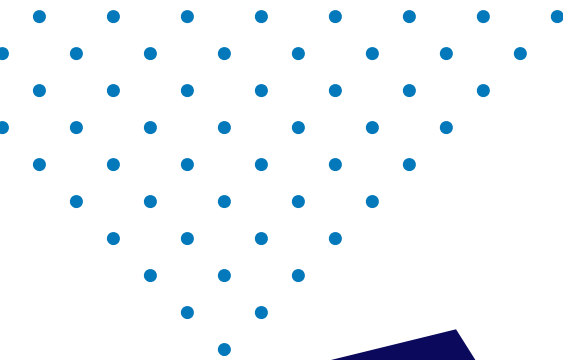
++++++

20 anos de
Carreira dos Sonhos
1.298.081
participantes

Este ano a **Carreira dos Sonhos** completa **20 edições** dando voz a estudantes e profissionais. Durante esta jornada, ouvimos as percepções sobre o presente e as expectativas para o futuro de **mais 1 milhão de pessoas** e compartilhamos os aprendizados e os desafios com o mercado, para que pudéssemos construir experiências mais positivas para as pessoas e para as empresas.

A **Carreira dos Sonhos** se transformou em uma importante **ferramenta de transformação** e construção de futuros mais sustentáveis, eficazes, humanos e inclusivos.





fu•tu•ro

substantivo masculino

1. Que há de ser, há de acontecer ou há de vir.
2. Que se prevê que venha a ter determinado estado ou qualidade num momento próximo.

Os seres humanos passam **1 em cada 8 horas** de vigília **imaginando o futuro** - seja prevendo, sonhando ou temendo o que está por vir.

(Fonte: VOICERS/2021)

Alfabetização de Futuros (Futures Literacy) / (UNESCO)

Habilidade de abordar desafios imprevisíveis usando o futuro para inovar o presente.

Pensar o futuro é tão importante que a Unesco criou um projeto global chamado **Alfabetização de Futuros**, com laboratórios do futuro em escolas e comunidades espalhados pelo mundo. O objetivo é demonstrar que imaginar o futuro é algo acessível a todos e que essa capacidade de idealizar pode ser aprimorada.

A habilidade de pensar o que está por vir é importante pois são as imagens do futuro que direcionam nossas expectativas, decepções e vontade de investir ou mudar algo. É **o futuro que imaginamos que nos faz transformar o presente.**





E tão importante quanto ser alfabetizado em futuros, é o entendimento que estes são construídos por muitos.

FUTUROS

Existe mais de um futuro possível.

SÃO CONSTRUÍDOS

Futuros não são previstos, são construídos.

POR MUITOS

Futuros melhores e mais inclusivos não podem ser imaginado por poucos.



A Carreira dos Sonhos 2021 contou com **98.355 participantes** com o seguinte perfil:

Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul	Exterior
9%	18%	6%	50%	16%	1%

divisão socioeconômica

A	B	C	D	E	Não declarou
3%	6%	21%	30%	31%	9%

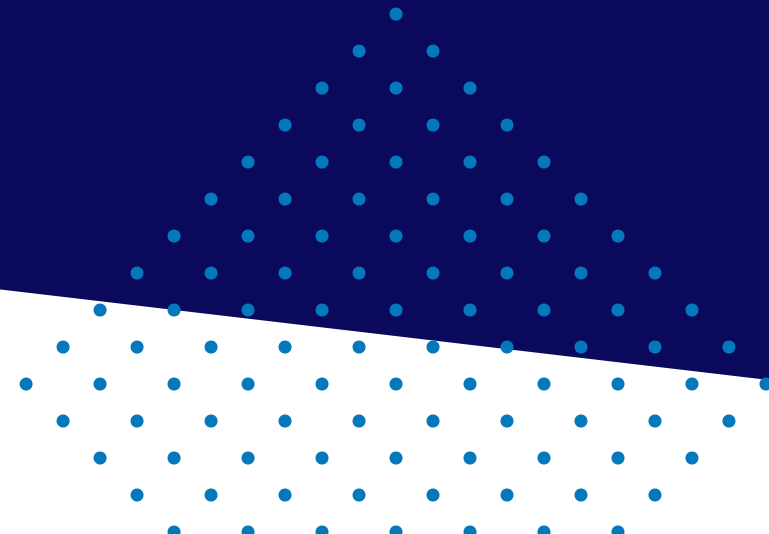
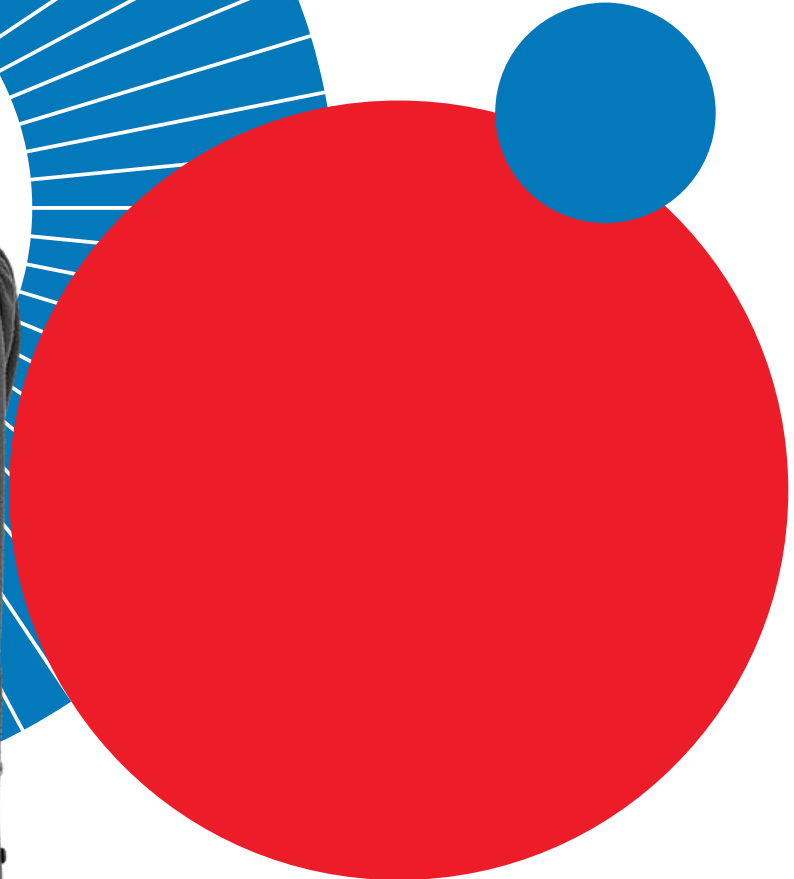
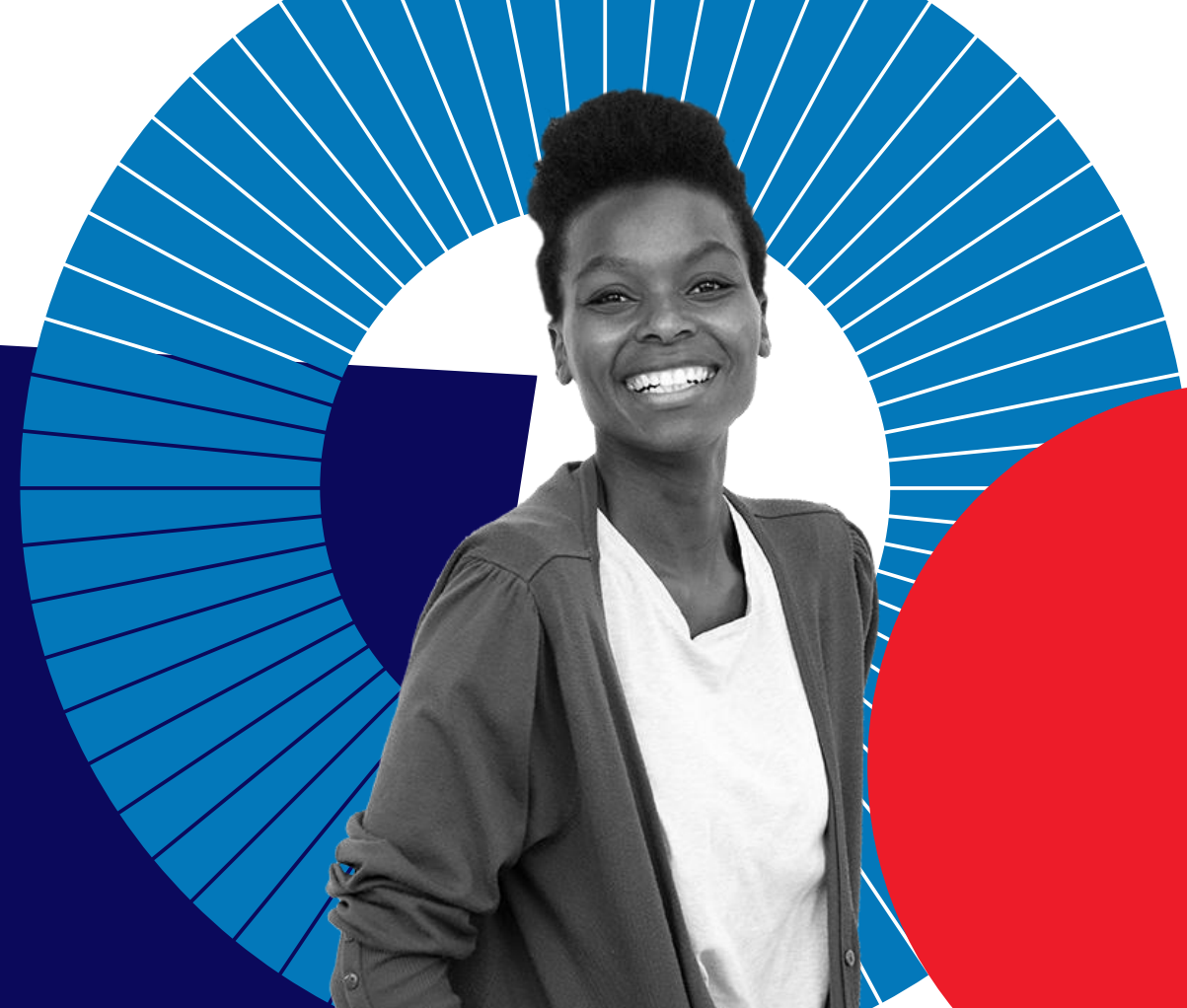
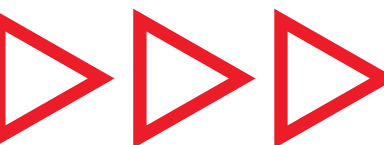
gênero

Feminino	Masculino	Não binário
54%	40%	6%

peças negras
43%

peças LGBTQIA+
16%

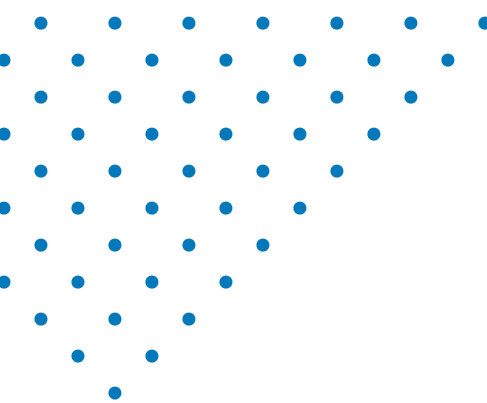
peças com deficiência
1,41%



O tema central da Carreira
dos Sonhos 2021 foi

**SENSO DE
PERTENCIMENTO**



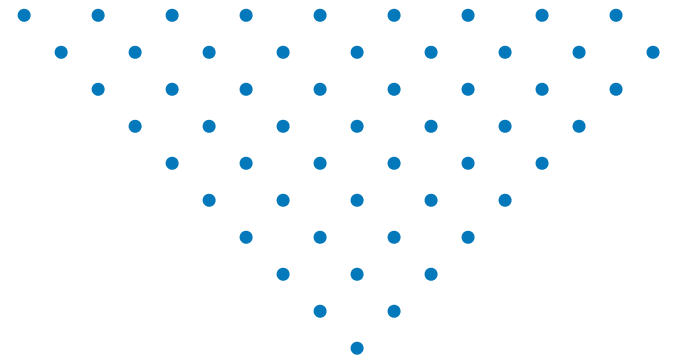


SENSO DE PERTENCIMENTO

Além de revelar as empresas dos sonhos de estudantes e profissionais, a pesquisa **Carreira dos Sonhos** se propõe a trazer respostas para algumas inquietações que costumam acompanhar as pessoas quando o assunto é trabalho. Na edição deste ano o tema pesquisado foi **senso de pertencimento**, conceito relativamente novo no ambiente corporativo e que ainda está em desenvolvimento.

Pertencer é fazer parte de algo. Poder “ser você mesmo”, “ser real” no ambiente de trabalho, expressar livremente suas paixões, preocupações e opiniões, sem receio de repreensão.

O sentimento de pertencer é uma necessidade humana fundamental e existem diversos estudos que mostram que ele tem **impacto no bem-estar e na saúde das pessoas, além de fortalecer a percepção da vida como significativa.**



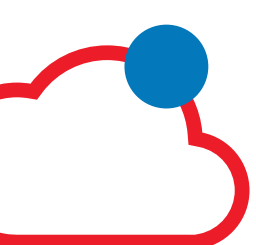
SENSO DE PERTENCIMENTO

A contribuição positiva do senso de pertencimento pode ser observado de diversas maneiras no ambiente corporativo. Destacamos três delas:

**CULTURA
INCLUSIVA**

ENGAJAMENTO

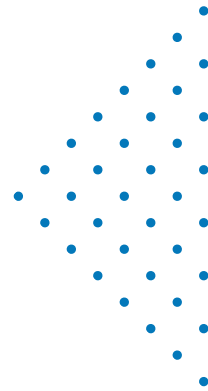
APRENDIZAGEM

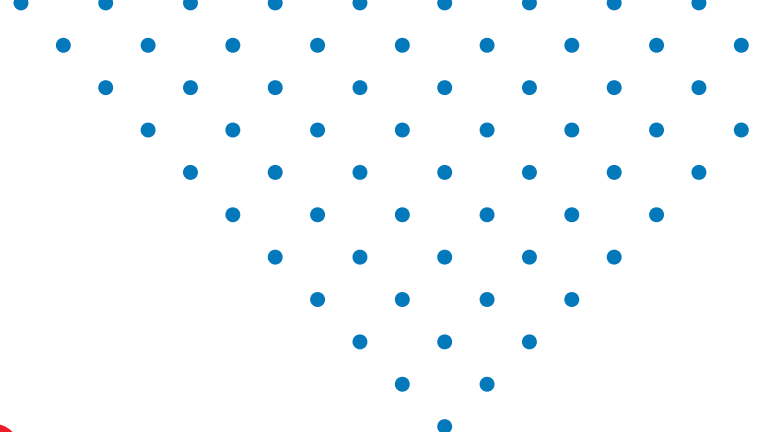


A **cultura inclusiva** é a abordagem mais bem-sucedida para atrair e engajar uma equipe diversificada e criar um ambiente de trabalho que faça as pessoas sentirem que fazem parte dele. Não importa quanta diversidade a empresa possa alcançar com os números, se as pessoas se sentirem desconectadas, elas vão embora.

Fatores relacionados ao senso de pertencimento, como comunicação e tomada de decisão, são fortes impulsionadores de **engajamento** e conexão das pessoas com a organização. Isso significa que pertencer tem alta correlação com resultados de negócios, como produtividade e com a escolha do funcionário de permanecer na empresa.

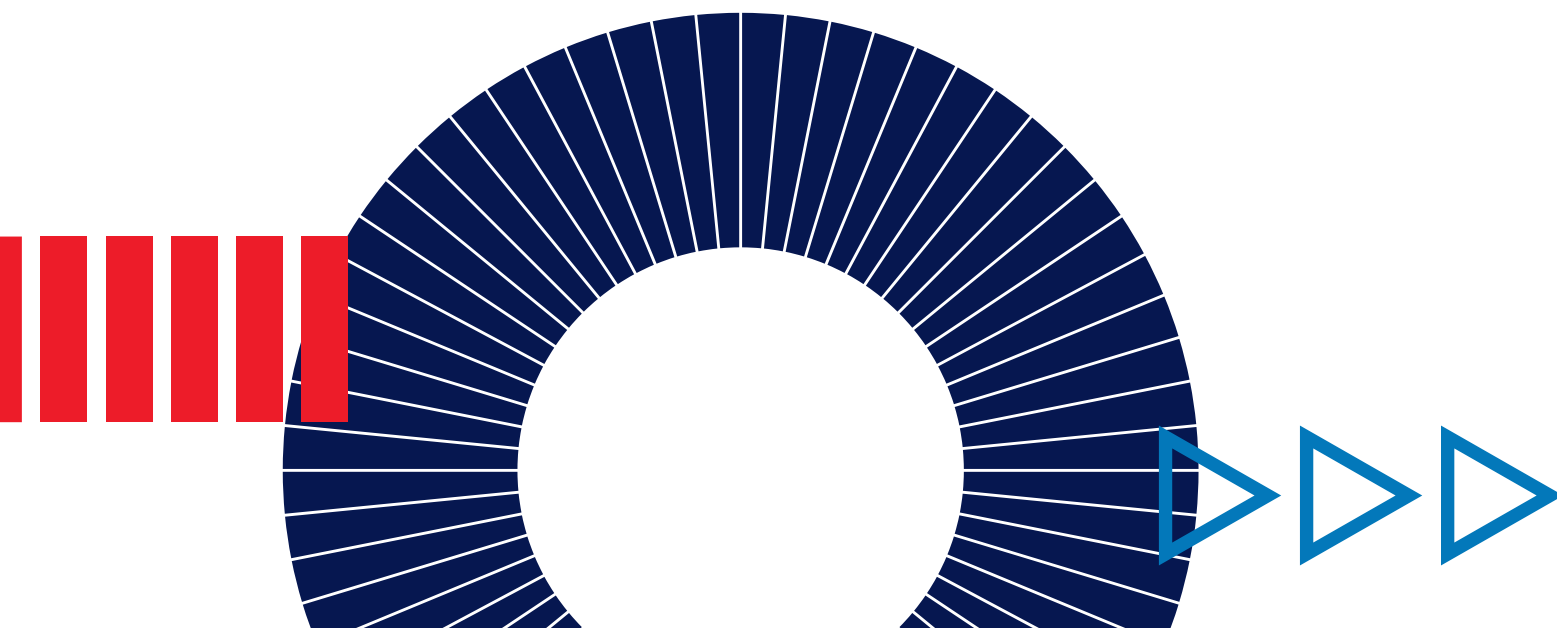
A **aprendizagem** no local de trabalho é nutrida por aspectos relacionais, sociais e culturais, bem como pelas condições materiais em que as ações e práticas ocorrem. Somente quando as pessoas têm um sentimento de pertencimento é que podem compartilhar ideias, falar com confiança e contribuir plenamente, podendo então aprender e compartilhar conhecimento.



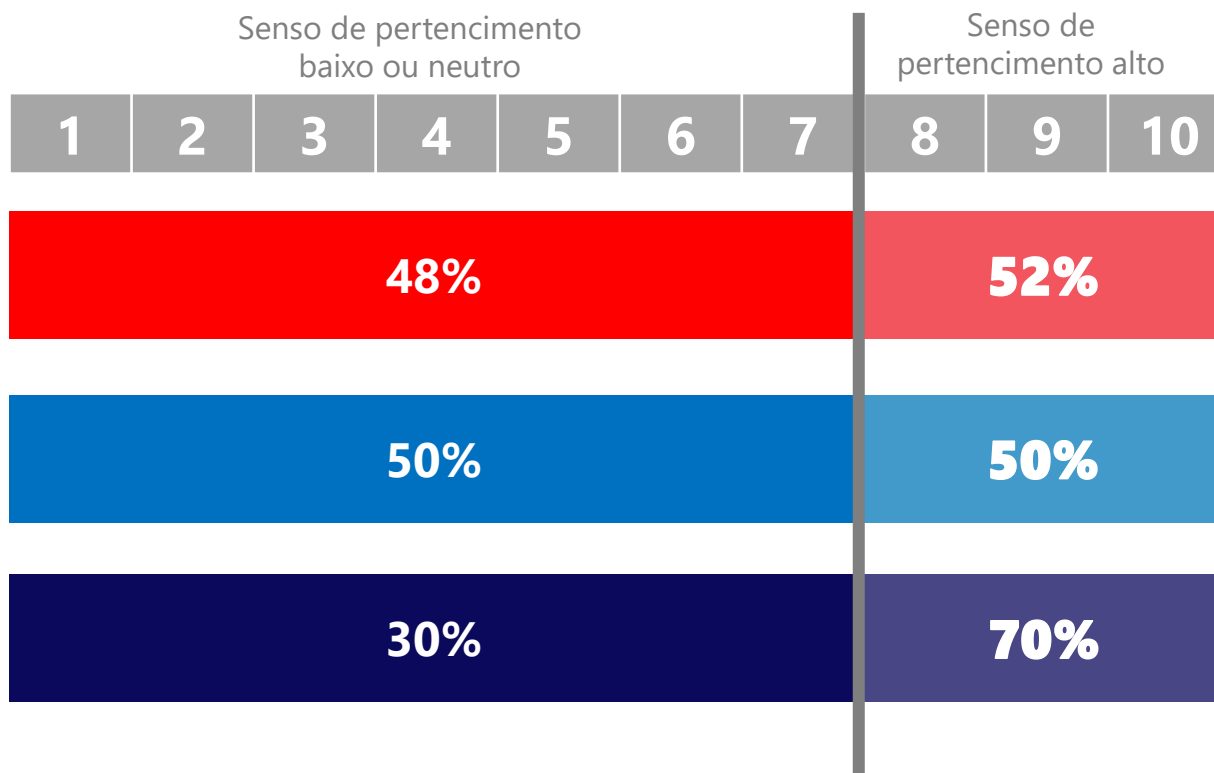


SENSO DE PERTENCIMENTO

contribui fortemente para pessoas e negócio, o que torna um tema estratégico para a construção de um mercado de trabalho positivo. Assim, a primeira pergunta a ser feita é: **o quanto as pessoas sentem que fazem parte da empresa em que trabalham?**



O quanto sente **que faz parte** da empresa em que trabalha?



O pertencimento social é uma necessidade humana fundamental, embutida em nosso DNA. Os dados da Carreira dos Sonhos apontam que uma parcela significativa de Jovens (48%) e Média Gestão (50%) **apresentaram um senso de pertencimento baixo ou neutro**

O quanto sente **que faz parte** da empresa em que trabalha? (baixo ou neutro)

	total da amostra	pessoas negras	mulheres negras	pessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	48%	49%	52%	49%	55%
Média Gestão	50%	49%	52%	49%	57%
Alta Liderança	30%	26%	28%	34%	33%

É interessante notar que a porcentagem de pessoas com senso de pertencimento baixo é menor entre quem ocupa cargo de alta liderança. Aliás, aqui vai um *spoiler*: isso acontece em todos os dados relacionados ao senso de pertencimento, o que aponta que aspectos importantes para cultivar este sentimento são mais acessíveis para quem ocupa cargo de gestão.

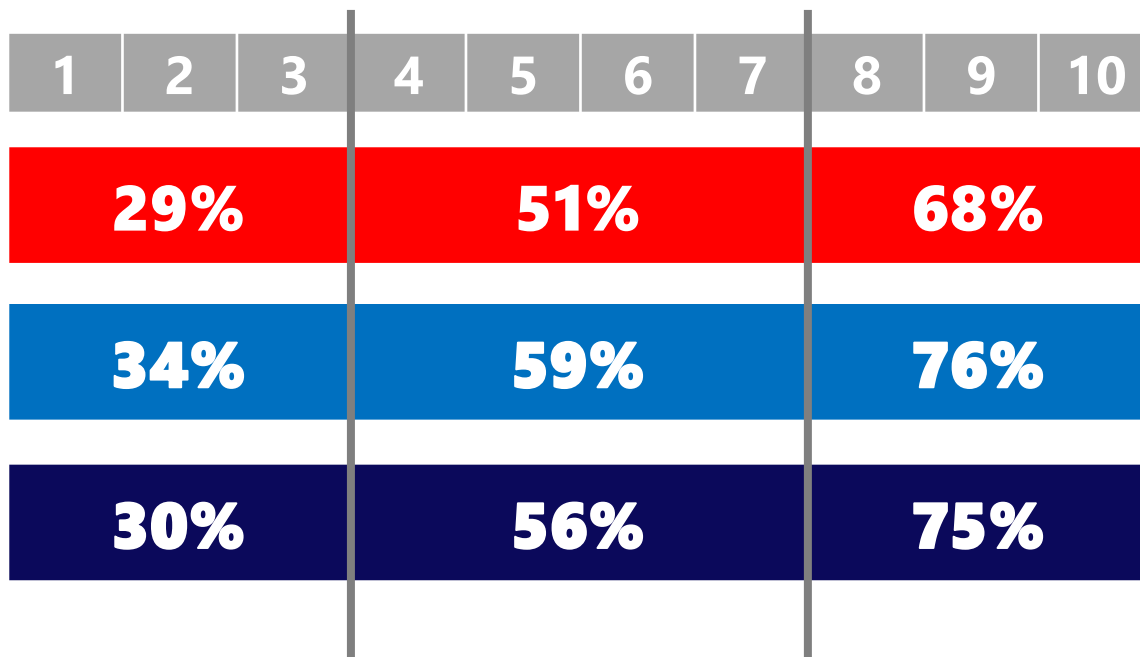
O quanto sente **que faz parte** da empresa em que trabalha? (baixo ou neutro)

	total da amostra	pessoas negras	mulheres negras	pessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	48%	49%	52%	49%	55%
Média Gestão	50%	49%	52%	49%	57%
Alta Liderança	30%	26%	28%	34%	33%

Estes dados mostram o impacto da interseccionalidade no senso de pertencimento. A sobreposição de identidade sociais que sofrem discriminação isolam ainda mais as pessoas.

Senso de pertencimento também **impacta** **a marca empregadora**

Profissionais com senso de pertencimento alto indicam mais suas empresas para amigos e familiares do que aqueles com pertencimento baixo ou neutro



● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança

- De 0 a 10, o quanto sente que faz parte da empresa em que trabalha?
- Já indicou a empresa em que trabalha para outra pessoa? (Resposta Sim)

Alto senso de pertencimento
aumenta a chance da empresa
ser indicada em:

+134%

+124%

+150%



O que fazer para **construir e cultivar** o sentimento de pertencimento? Invista em uma cultura organizacional que estimule:

PODER SER VOCÊ MESMO

AUTONOMIA DE AÇÃO

VALORIZAÇÃO DE CONTRIBUIÇÕES

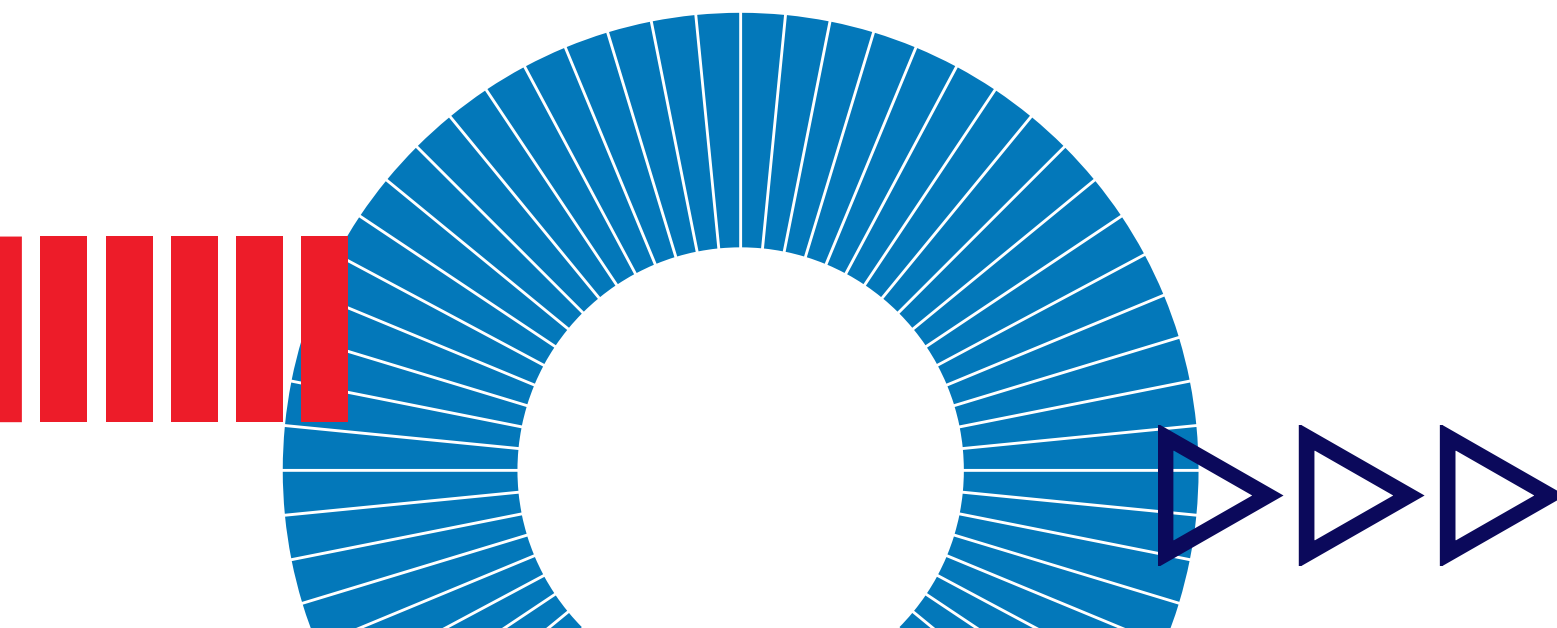
COMUNICAÇÃO ABERTA E HONESTA

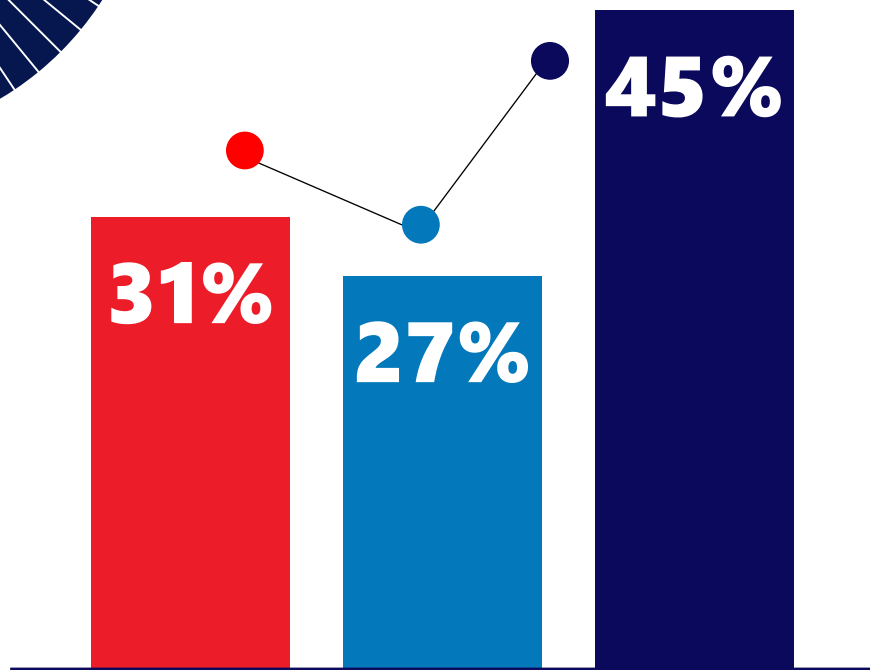
TRABALHO SIGNIFICATIVO



CONSTRUIR E CULTIVAR NO DIA A DIA

Para termos uma fotografia mais detalhada sobre o **senso de pertencimento**, perguntamos para estudantes e profissionais **como percebiam cada um destes aspectos na relação diária com a empresa em que atuam.**





**Posso ser quem sou,
expressar minha identidade
e opiniões sem receio**

● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança

*Concordo totalmente



*Posso ser quem sou, **expressar minha identidade** e opiniões sem receio*
(Concordo totalmente)

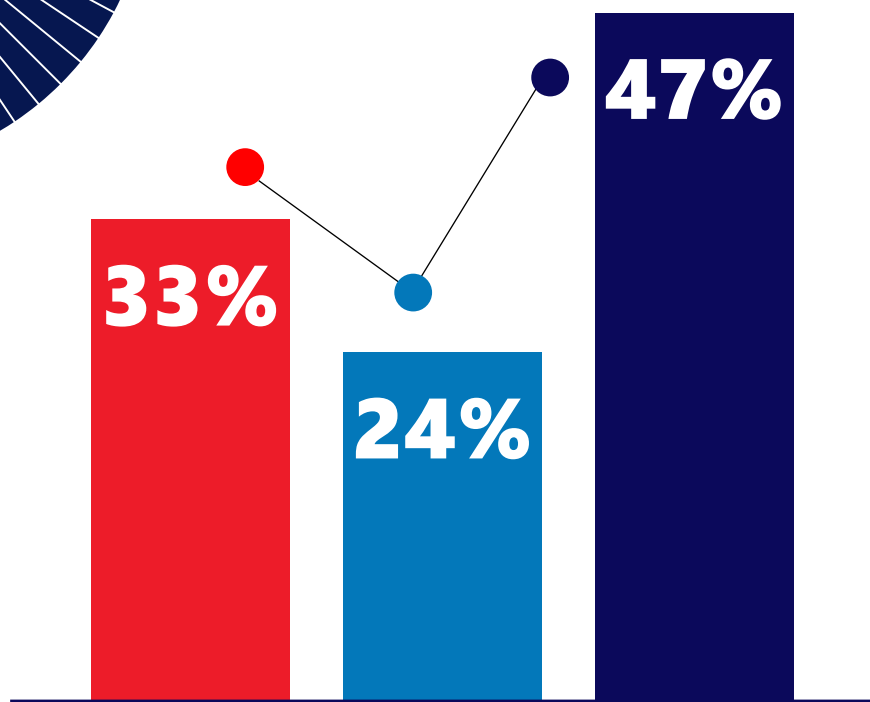
	total da amostra	pessoas negras	mulheres negras	pessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	31%	29%	28%	33%	28%
Média Gestão	27%	27%	25%	31%	25%
Alta Liderança	45%	47%	49%	47%	71%

Lembra que lá atrás falamos sobre a Alta Liderança ter uma percepção mais positiva que o público Jovem e Média Gestão? Olha como isso se repete aqui.

*Posso ser quem sou, **expressar minha identidade** e opiniões sem receio*
(Concordo totalmente)

	total da amostra	pessoas negras	mulheres negras	pessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	31%	29%	28%	33%	28%
Média Gestão	27%	27%	25%	31%	25%
Alta Liderança	45%	47%	49%	47%	71%

Novamente vemos aqui o impacto da interseccionalidade na possibilidade de Jovens e Média Gestão expressarem sua identidade sem receio. Vale observar que o mesmo não acontece com a Alta Liderança e nossa interpretação para este fato é que, provavelmente, estas pessoas atuam em empresas mais inclusivas (uma vez que chegaram a cargos de alta gestão) ou são donas de seus próprios negócios.



Minhas ideias são ouvidas e valorizadas nesta empresa

● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança

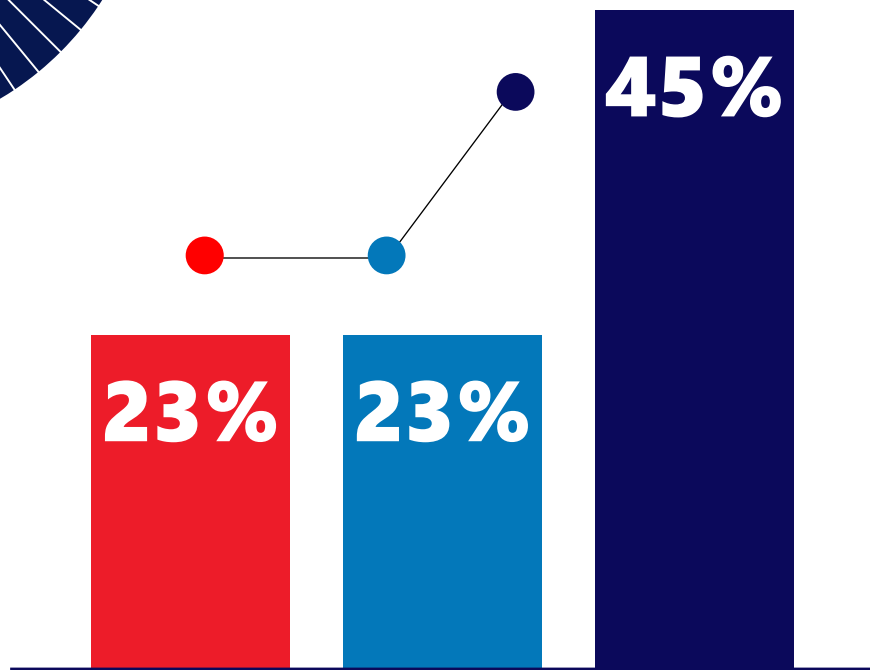
*Concordo totalmente



Minhas ideias *são ouvidas e valorizadas* nesta empresa (Concordo totalmente)

	total da amostra	pessoas negras	mulheres negras	pessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	33%	33%	33%	32%	28%
Média Gestão	28%	30%	27%	31%	23%
Alta Liderança	47%	52%	53%	51%	62%

Mais uma vez temos o mesmo padrão: melhor percepção da Alta Liderança sobre suas ideias serem ouvidas e valorizadas e índices menores quando olhamos para públicos que sofrem com discriminação. Também vemos novamente uma porcentagem menor de mulheres Jovens e que ocupam cargo de Média Gestão, que se autodeclaram negras e LGBTQIA+, que sentem-se ouvidas



**Tenho liberdade e autonomia
de ação nesta empresa**

● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança

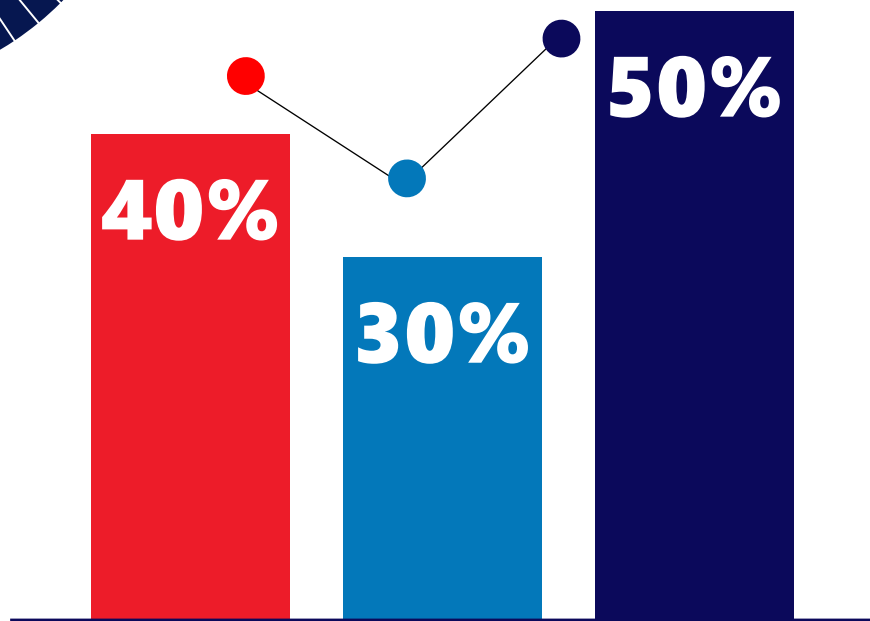
*Concordo totalmente



Tenho **liberdade e autonomia de ação** nesta empresa (Concordo totalmente)

	total da amostra	pessoas negras	mulheres negras	pessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	23%	22%	20%	23%	19%
Média Gestão	23%	24%	23%	24%	22%
Alta Liderança	45%	49%	52%	49%	57%

Novamente a percepção da Alta Liderança destoa dos demais públicos!
Com relação às experiências vividas por grupos minorizados, apenas entre o público Jovem notamos diferença significativa.



Há uma comunicação aberta e honesta nesta empresa

● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança

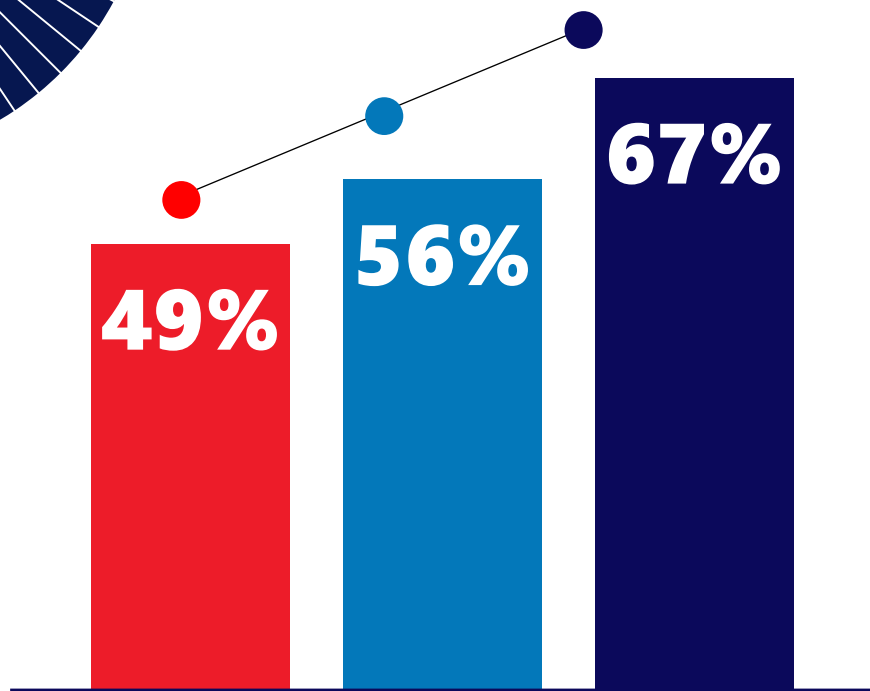
*Concordo totalmente



*Há uma comunicação **aberta e honesta** nesta empresa (Concordo totalmente)*

	total da amostra	pessoas negras	mulheres negras	pessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	40%	41%	40%	39%	32%
Média Gestão	30%	34%	31%	34%	32%
Alta Liderança	50%	59%	61%	51%	62%

Uma vez mais o padrão se repete entre a Alta Liderança. Nos grupos minorizados a percepção de comunicação aberta e honesta é experimentada em menor proporção entre mulheres negras LGBTQIA+.



As tarefas que realizo são relevantes e impactam as pessoas e o negócio

● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança

*Concordo totalmente



As tarefas que realizo *são relevantes e impactam* as pessoas e o negócio
(Concordo totalmente)

	total da amostra	pessoas negras	mulheres negras	pessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	49%	50%	50%	49%	49%
Média Gestão	56%	58%	58%	57%	67%
Alta Liderança	67%	70%	71%	69%	67%

Aqui a Alta Liderança continua tendo percepção mais positiva que os demais públicos, mas a distância não é tão grande quanto nos aspectos anteriores. Também não há diferença significativa quando avaliamos os diferentes grupos minorizados e interseccionalidade. Todas as pessoas acreditam na relevância de suas atividades! O ponto de atenção aqui é outro: um cenário positivo para o mercado de trabalho seria ter mais pessoas que acreditam (ou que realizam) atividades de impacto para as pessoas e os negócios.



Até aqui, o que os dados nos mostraram?

A **Alta Liderança** relata maior senso de pertencimento que o público Jovem e Média Gestão. Também demonstram ter experiências diárias mais positivas com aspectos que contribuem para a construção e manutenção do sentimento de pertencer.

Nossa sociedade ainda valoriza status e poder. Pessoas que ocupam cargo de **alta gestão são mais ouvidas e menos questionadas** pelas equipes, o que torna a experiência de valorização possível (seja por contribuições reais ou pelo simples fato de ocupar cargo executivo).

Ainda sobre a Alta Liderança, quando comparamos sua percepção com a relatada pelos demais públicos, notamos maior positividade. Porém, ao restringirmos o olhar para este público, que **ocupam posições de impacto** para a cultura organizacional, nos parece baixa a porcentagem de pessoas que experimentam experiências positivas. **O que impede que a Alta Liderança faça as transformações necessárias** na cultura organizacional das empresas em que atuam, para torná-las mais inclusivas?



Os dados também nos mostraram informações importante sobre a Média Gestão

Veja na tabela abaixo como a porcentagem de pessoas da Média Gestão, que relatam experimentar no seu dia a dia aspectos que contribuem para construção e manutenção de senso de pertencimento, é menor do que dos demais públicos.

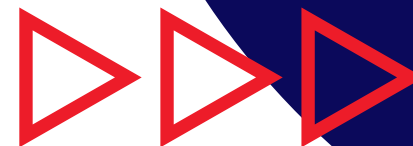
	Jovem	Média Gestão	Alta Liderança
Expressar identidade sem receio*	31%	27%	45%
As ideias são ouvidas e valorizadas*	33%	28%	47%
Liberdade e autonomia de ação*	23%	23%	45%
Comunicação aberta e honesta*	40%	30%	50%
Tarefas impactam pessoas e negócio*	49%	56%	67%

Você concorda com estas frases? / Resposta Concordo totalmente.

A Média Gestão é fundamental para a construção e manutenção da cultura organizacional - seja ela qual for!

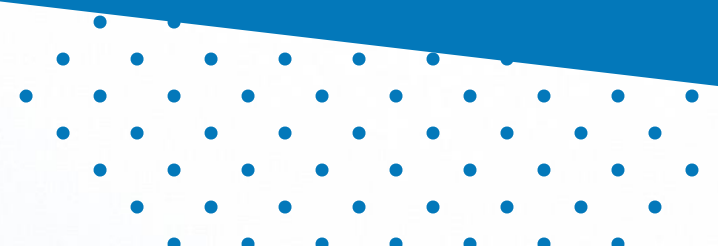
Não é novidade que este público é mais crítico ao responder pesquisas, mas sempre que notamos este padrão, nos perguntamos: **Quando passaremos a investir de forma estratégica nestas pessoas**, de forma a apoiá-las naquilo que precisam para fazerem o trabalho necessário?

O papel **da Média Gestão é muito importante na construção e manutenção da cultura organizacional**, eles são responsáveis por passar adiante os valores e crenças da organização, além de serem o elo entre os Jovens e a Alta Liderança.





Quando não construímos uma cultura organizacional e um ambiente de trabalho em que as pessoas possam ser elas mesmas, estamos **deixando de estimular a produtividade** e o **desempenho**. Estamos impedindo o **desenvolvimento das pessoas** e o crescimento do **Negócio**.





Também estamos deixando de investir no bem-estar e na saúde mental das pessoas.

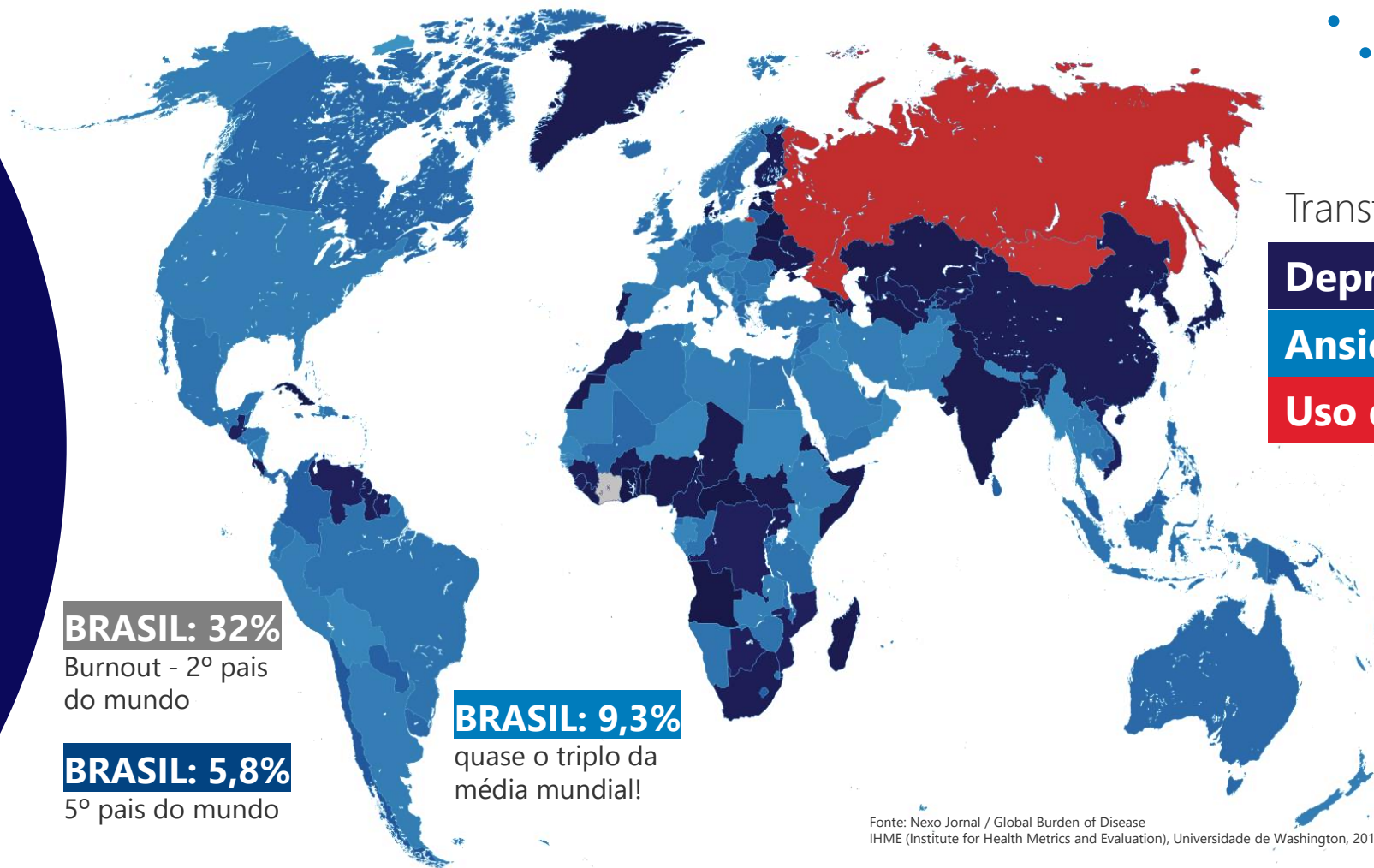


Sentimento de pertencimento fortalece a percepção de **vida significativa** e tem impacto no bem-estar, na **saúde física** e **mental**.



Os dados mundiais apontam
a urgência em tratar o tema

SAÚDE MENTAL



Transtornos:

Depressão

Ansiedade

Uso de álcool

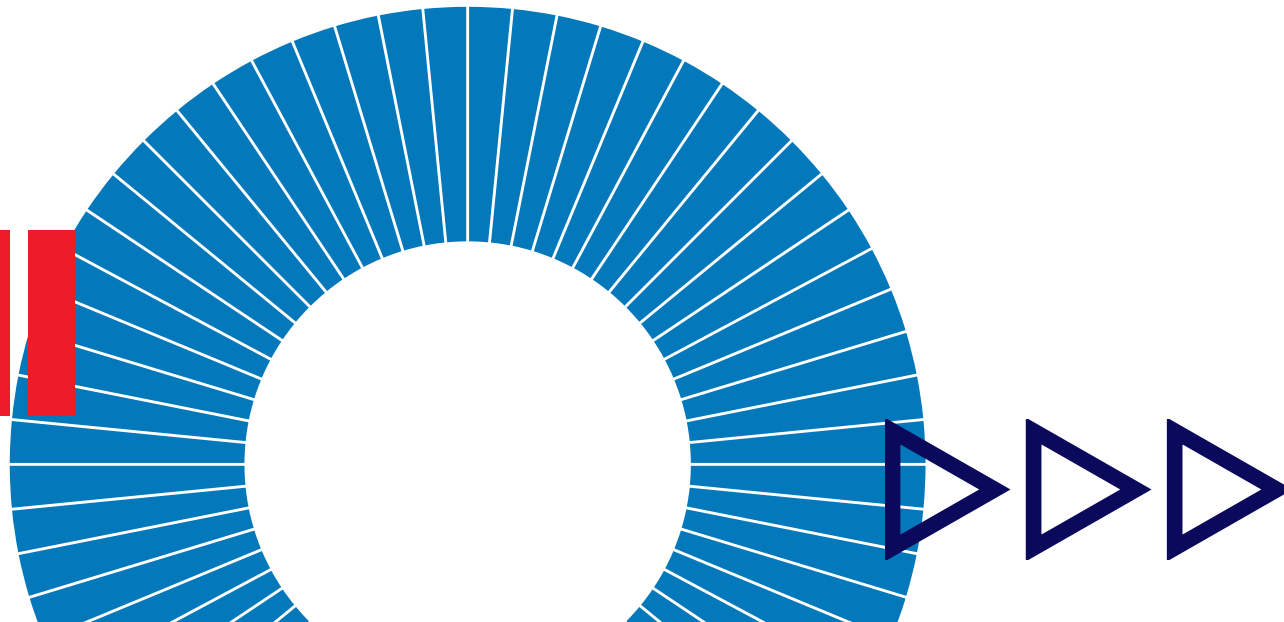
Fonte: Nexo Jornal / Global Burden of Disease
IHME (Institute for Health Metrics and Evaluation), Universidade de Washington, 2016.





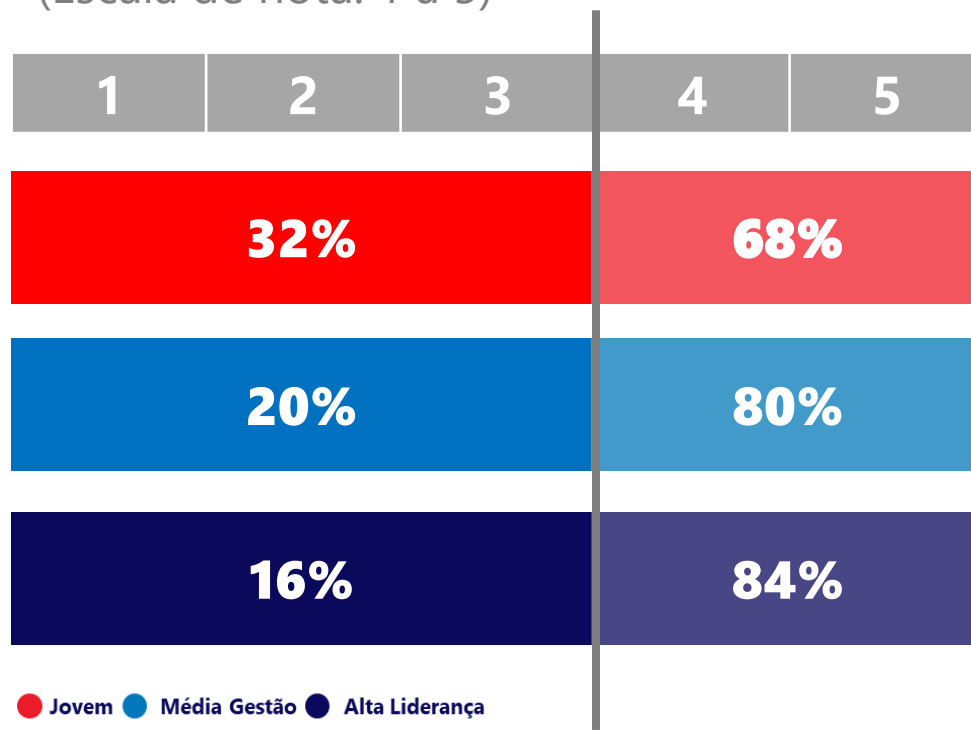
SAÚDE MENTAL

As questões que envolvem a saúde emocional são extremamente desafiadoras para países do mundo todo, mas ganham contornos mais sinuosos no Brasil, que ocupa no ranking mundial o primeiro lugar em casos de transtornos de ansiedade, segundo lugar em estresse agudo e quinto lugar em depressão. **Mas qual é a percepção das pessoas que participaram da Carreira dos Sonhos sobre a qualidade de sua saúde mental?**



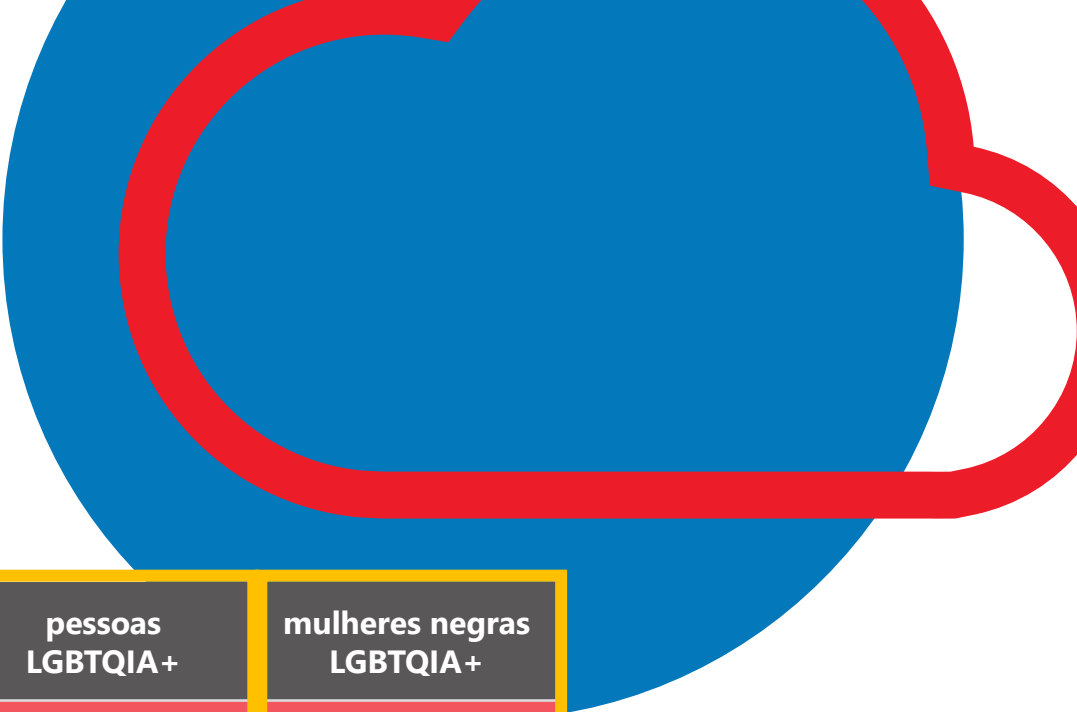
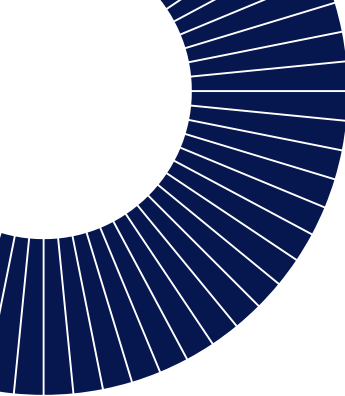
Como avalia sua **saúde mental**?

(Escala de nota: 1 a 5)



A maioria das pessoas que participaram deste estudo deram nota 4 ou 5 para sua saúde mental. Este dado nos gerou estranheza, visto o cenário da saúde mental no Brasil.





Como avalia sua **saúde mental**? (apenas nota 4 e 5)

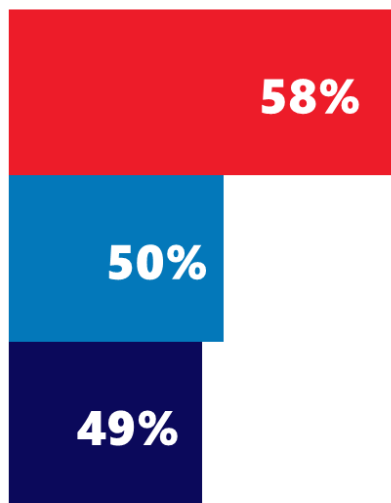
	total da amostra	peessoas negras	mulheres negras	peessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	68%	70%	66%	56%	51%
Média Gestão	80%	83%	79%	76%	77%
Alta Liderança	84%	86%	82%	76%	81%

E a porcentagem de pessoas que deram nota 4 ou 5 mantém-se alta entre os grupos minorizados que ocupam cargo de Média Gestão ou Alta Liderança. Entre o público Jovem, a porcentagem dos que deram estas notas é menor, principalmente entre quem se autodeclarara LGBTQIA+ e mulheres negras LGBTQIA+.

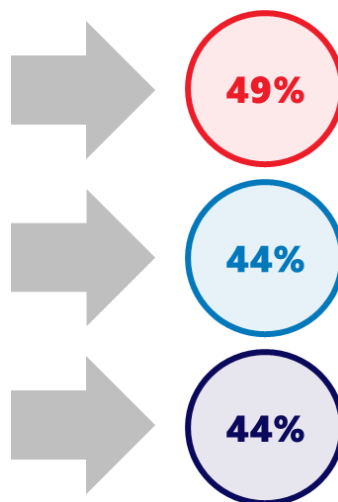


Embora a maioria das pessoas considerem ter boa qualidade de saúde mental, metade já teve algum transtorno emocional – e este índice continua alto se considerarmos apenas as pessoas que deram nota 4 ou 5 para sua saúde mental.

Já teve algum transtorno

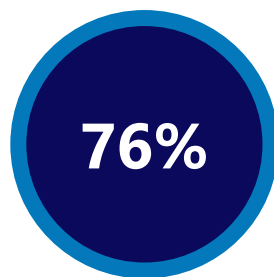


Nota 4/5 + Já teve transtorno

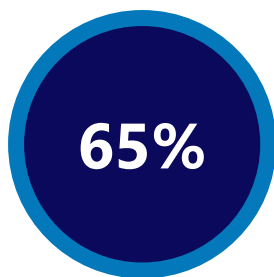


● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança

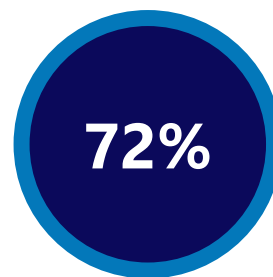
► **Como avalia sua *saúde mental*?**
(nota 4 e 5)



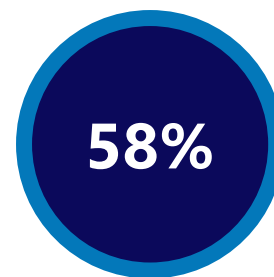
homens



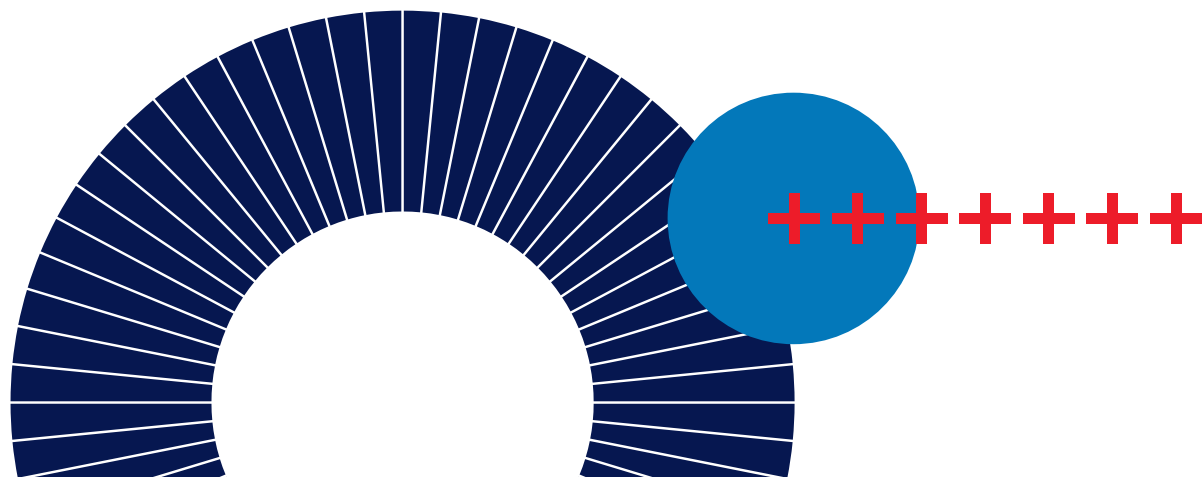
mulheres



peças cis
e hétéros



LGBTQIA+





Entre aqueles que afirmaram já terem tido **algum transtorno**, foram citados:

	Jovem	Média Gestão	Alta Liderança
Ansiedade ansiedade generalizada, síndrome do pânico, fobia etc.	84%	64%	62%
Estresse estresse agudo, síndrome do esgotamento profissional/Burnout	45%	58%	53%
Depressão	30%	30%	36%
Transtorno alimentar anorexia, bulimia, compulsão por comida etc.	20%	19%	19%

Estes dados comprovam a fragilidade da saúde mental nos dias atuais. E vale observar que o transtorno de ansiedade foi o mais citados pelos público Jovem (17 a 26 anos) que já teve algum transtorno emocional.

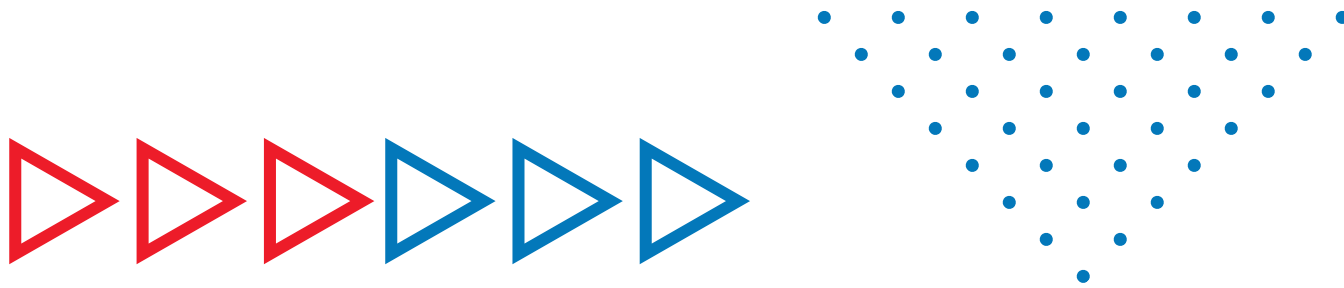


O que mais impacta **a qualidade de sua saúde mental** no ambiente de trabalho?

Jovem	Média Gestão	Alta Liderança
28% Ambiente tóxico / Bullying / Assédio moral	19% Carga de trabalho elevada	18% Ambiente tóxico / Bullying / Assédio moral
17% Carga de trabalho elevada	18% Ambiente tóxico / Bullying / Assédio moral	18% Carga de trabalho elevada
13% Falta de clareza na definição das funções e objetivos	17% Líderes despreparados	15% Líderes despreparados

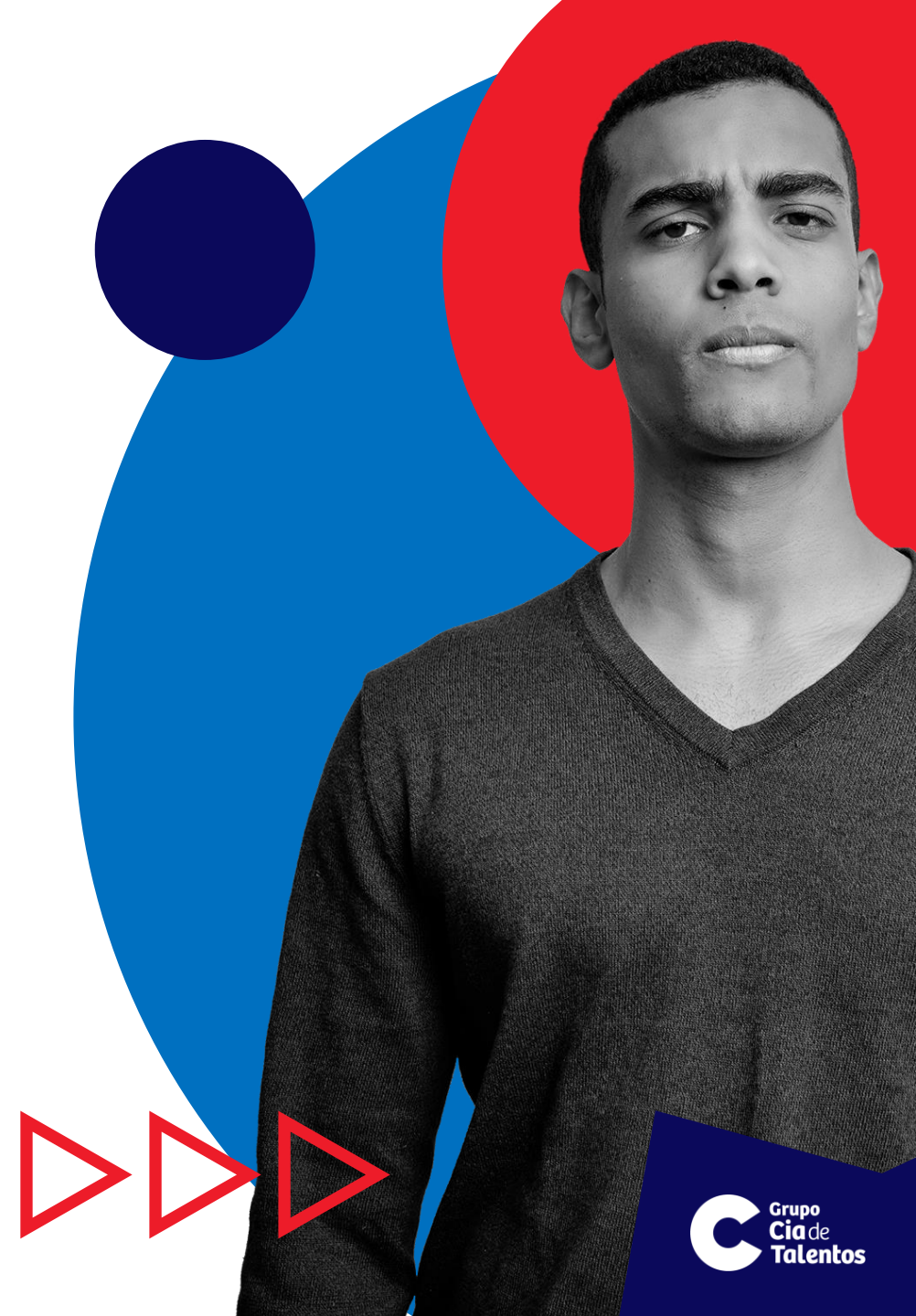
O que mais impacta a **qualidade de sua saúde mental** no ambiente de trabalho?

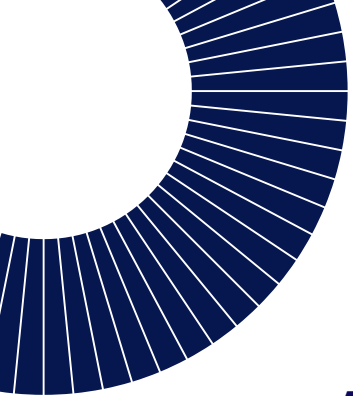
	total da amostra	peessoas negras	mulheres negras	peessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	28% Ambiente tóxico	31% Ambiente tóxico	35% Ambiente tóxico	31% Ambiente tóxico	32% Ambiente tóxico
Média Gestão	19% Carga de trabalho elevada	20% Ambiente tóxico	23% Ambiente tóxico	21% Ambiente tóxico	18% Ambiente tóxico
Alta Liderança	18% Ambiente tóxico	19% Ambiente tóxico	26% Ambiente tóxico	18% Carga de trabalho elevada	24% Ambiente tóxico



O que estes dados nos dizem?

Ainda vivemos em um mundo que normaliza os desafios de saúde física, mas **estigmatiza os desafios de saúde mental**. Precisamos repensar nossa compreensão sobre o que envolve saúde mental e bem-estar e fazer com que as pessoas entendam que **as emoções são parte fundamental da saúde**.





Além de mapear a qualidade da saúde mental de estudantes e profissionais, investigamos a **frequência com que sentiram emoções** como:

Alegria

Tristeza

Entusiasmo

Cansaço

Segurança

Medo

Realização

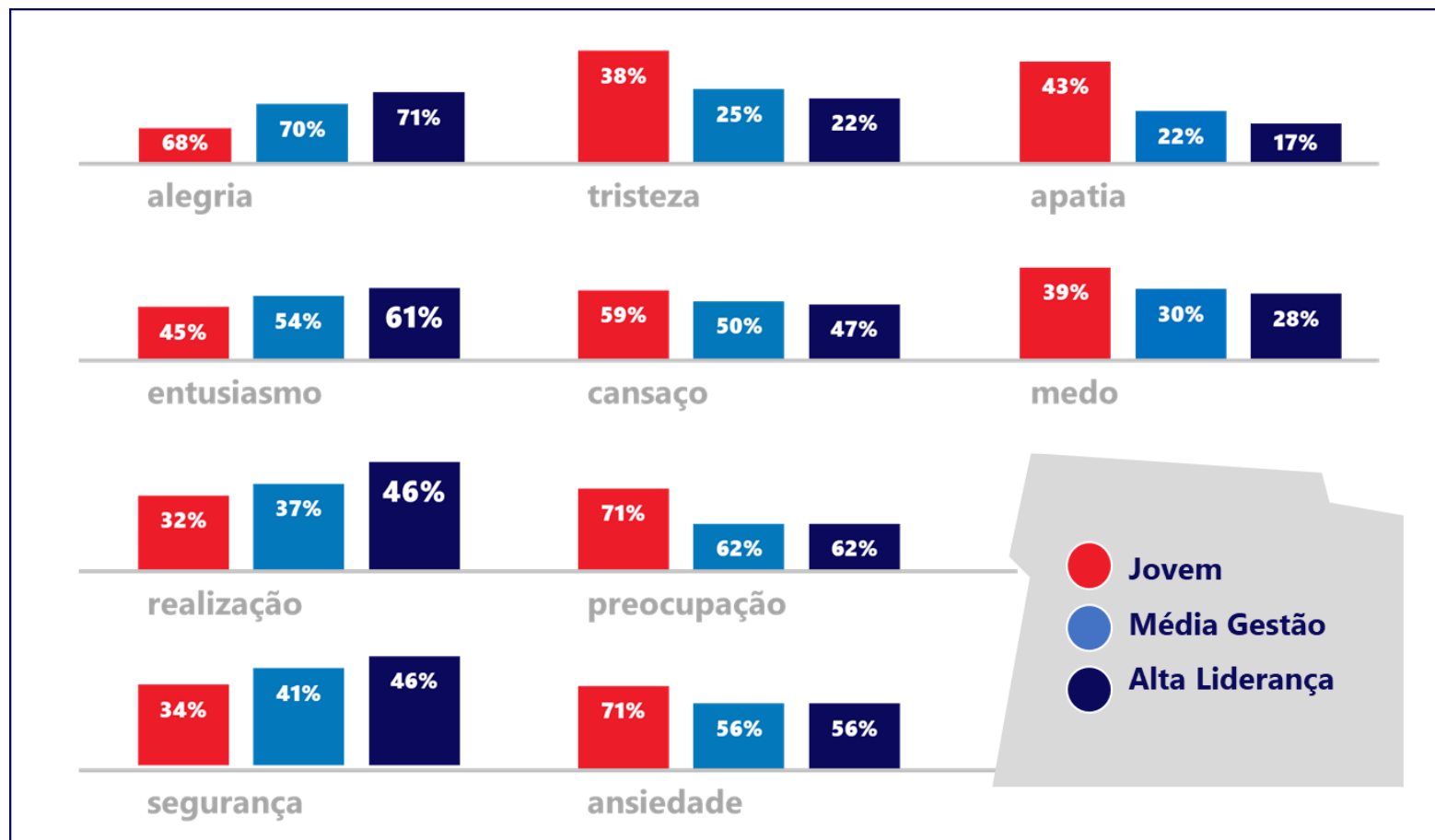
Preocupação

Ansiedade

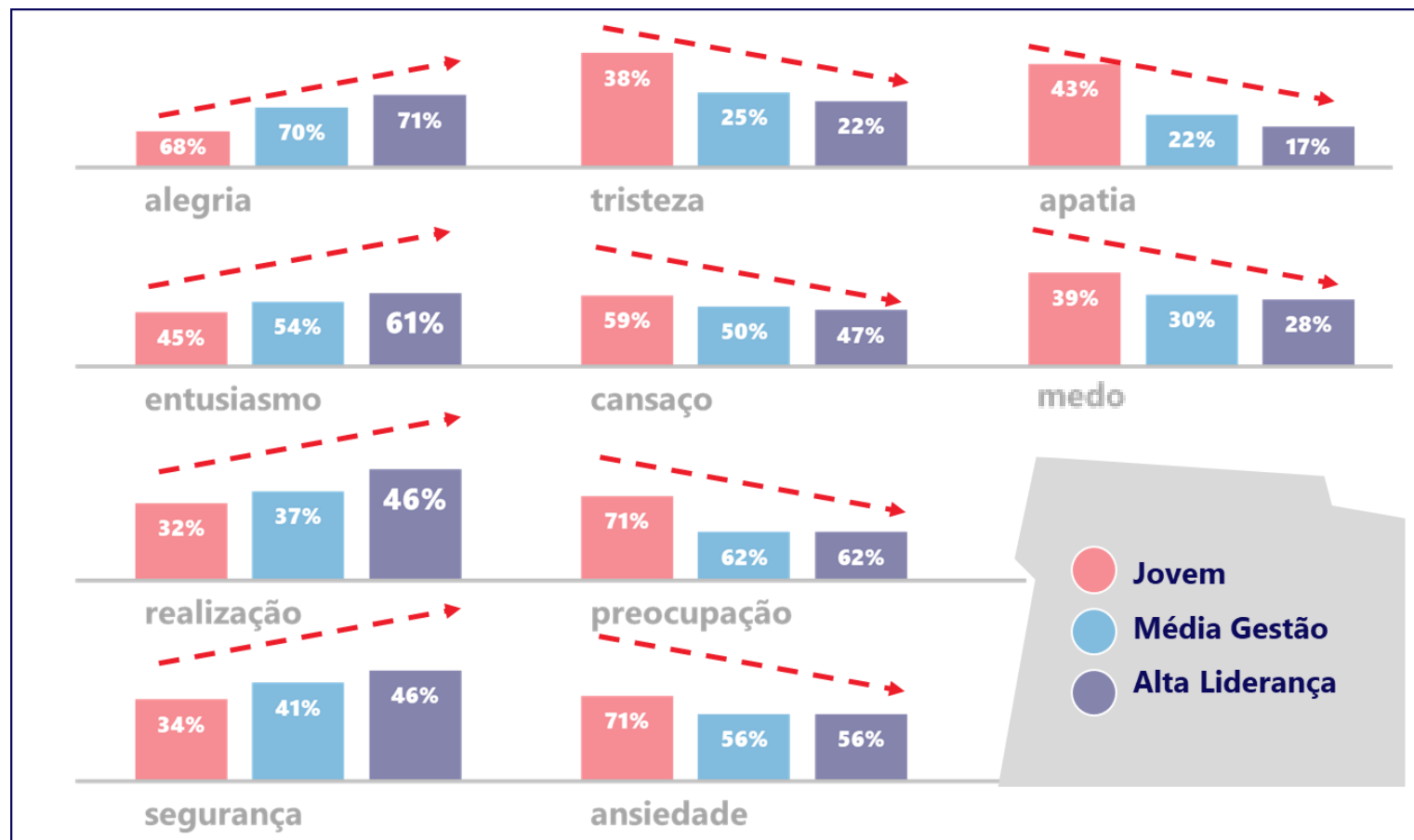
Apatia



No último ano, com que **frequência** você **sentiu**
as emoções abaixo? (Sempre + Frequentemente)

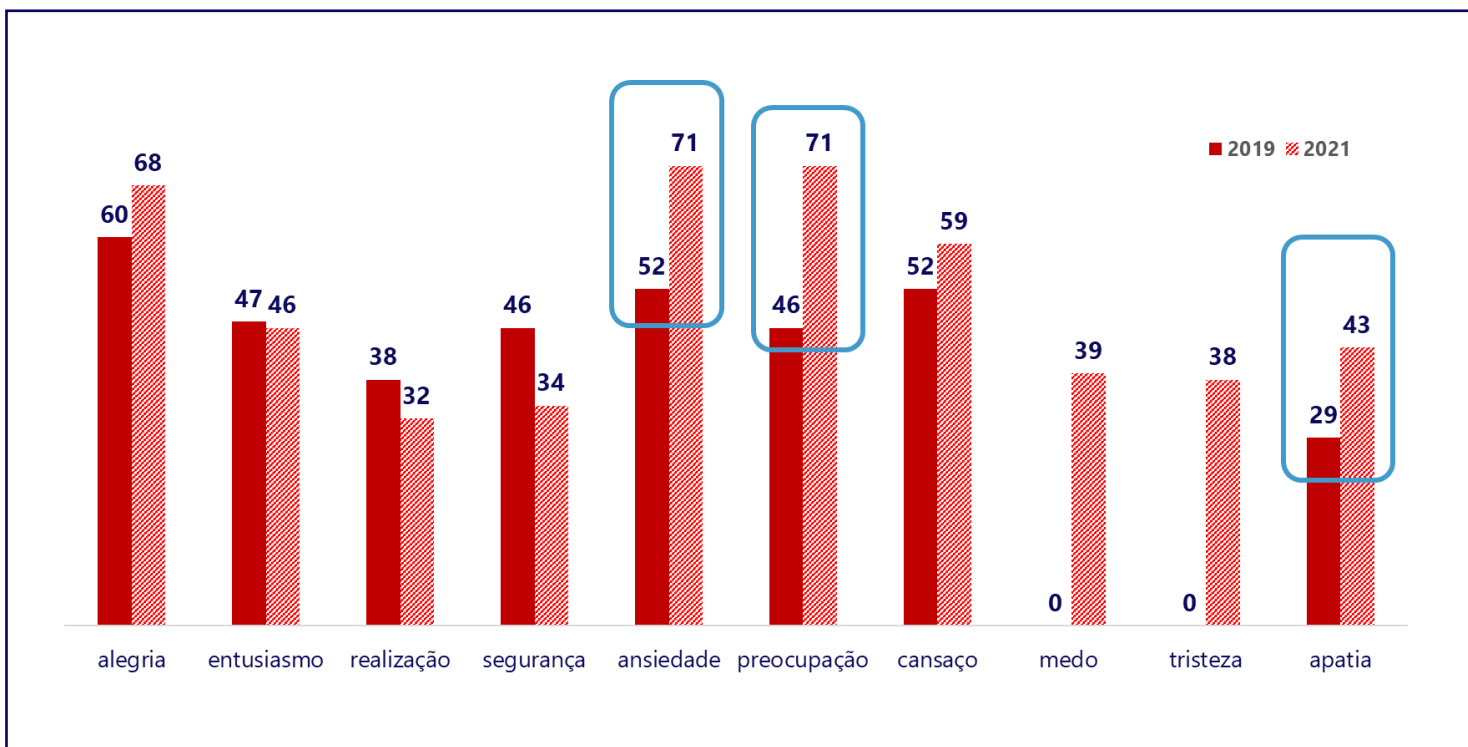


No último ano, com que **frequência** você **sentiu**
as emoções abaixo? (Sempre + Frequentemente)



Novamente queremos destacar as respostas do público Jovem. Neste último ano, eles sentiram alegria, entusiasmo, realização e segurança com menor frequência que a Média Gestão e Alta Liderança mas sentiram tristeza, cansaço, preocupação, ansiedade, medo e apatia com maior frequência.

Frequência que **sentiu as emoções abaixo** (Sempre + Frequentemente)



Ainda sobre o público Jovem, ao comparamos as respostas dadas no estudo de 2019 sobre a frequência com qual sentiram algumas emoções com os dados de 2021, notamos aumento na quantidade de vezes que sentiram alegria, cansaço, ansiedade, preocupação e apatia, sendo que estes três últimos tiveram crescimento expressivo.

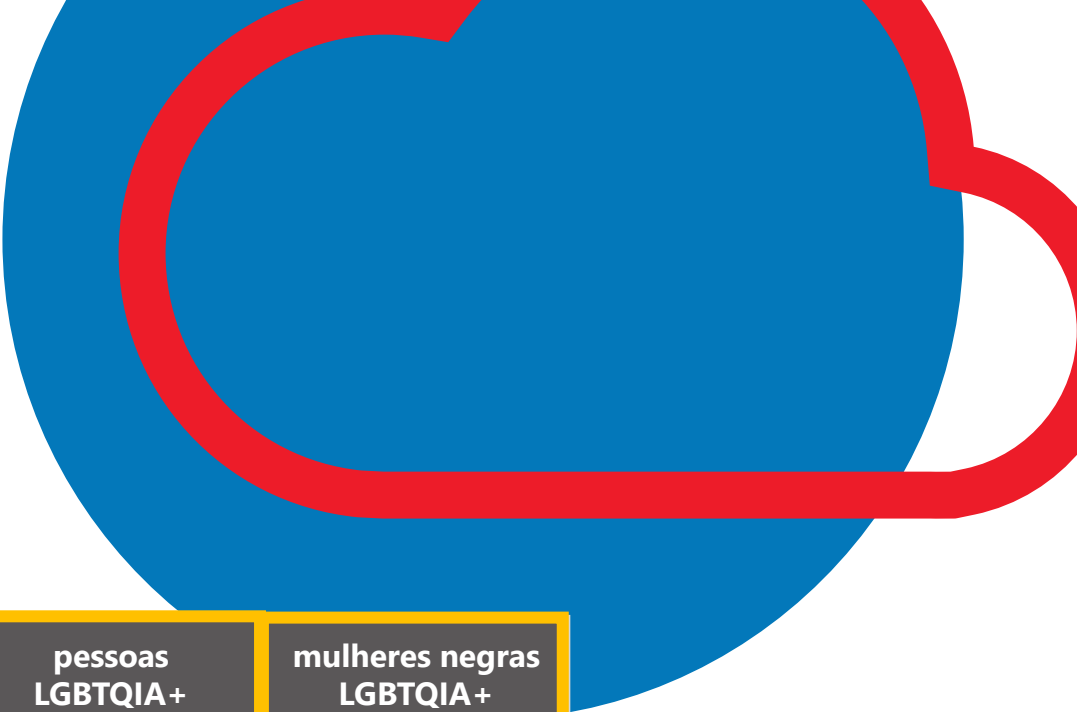
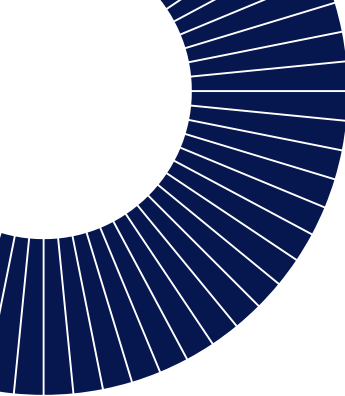
Obs.: No estudo de 2019 não tínhamos perguntado sobre as emoções de medo e tristeza.

Sentimentos

Medo (Sempre + Frequentemente)

	total da amostra	peessoas negras	mulheres negras	peessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	39%	39%	45%	46%	51%
Média Gestão	30%	28%	33%	38%	32%
Alta Liderança	28%	29%	36%	36%	38%

O medo foi sentido com mais frequência pelo público Jovem do que Média Gestão e Alta Liderança. Quando analisamos as respostas de grupo minorizados, notamos que todos sentiram medo com mais frequência que as demais pessoas.



Sentimentos

Cansaço (Sempre + Frequentemente)

	total da amostra	pessoas negras	mulheres negras	pessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	59%	56%	60%	68%	73%
Média Gestão	50%	45%	50%	58%	53%
Alta Liderança	47%	42%	47%	58%	52%

Cansaço também foi sentido com mais frequência entre Jovens e entre pessoas que se autodeclararam LGBTQIA+ e mulheres negras LGBTQIA+

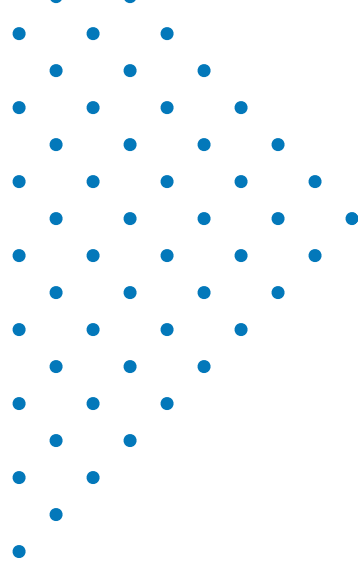


Sentimentos

Apatia (Sempre + Frequentemente)

	total da amostra	peessoas negras	mulheres negras	peessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	43%	42%	44%	50%	55%
Média Gestão	22%	21%	24%	27%	33%
Alta Liderança	17%	18%	21%	21%	24%

Apatia também foi sentido com mais frequência entre Jovens e entre pessoas que se autodeclararam LGBTQIA+ e mulheres negras LGBTQIA+



A saúde mental de todos é importante, mas precisamos ter um **olhar específico para o público jovem.**

Os jovens adultos em todo o mundo estão enfrentando sua segunda grande crise global em uma década: eles **entraram na juventude no meio da crise financeira**, e agora **estão saindo no início de uma pandemia**. Eles enfrentarão sérios desafios em sua educação, perspectivas econômicas e saúde mental.



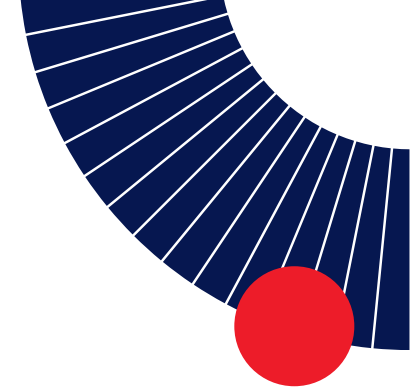
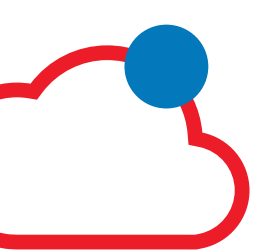
Em maio de 2020, o Fórum Econômico Mundial alertou sobre uma "próxima geração perdida". De acordo com a Pesquisa de Percepção de Riscos Globais (GRPS), a "**desilusão juvenil**" é um **risco negligenciado que se tornará uma ameaça crítica para o mundo nos próximos dois anos.**



Cuidado com a
positividade tóxica

Está tudo bem **não**
estar bem o tempo todo!

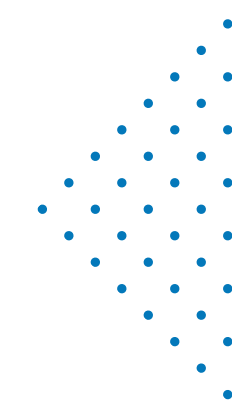


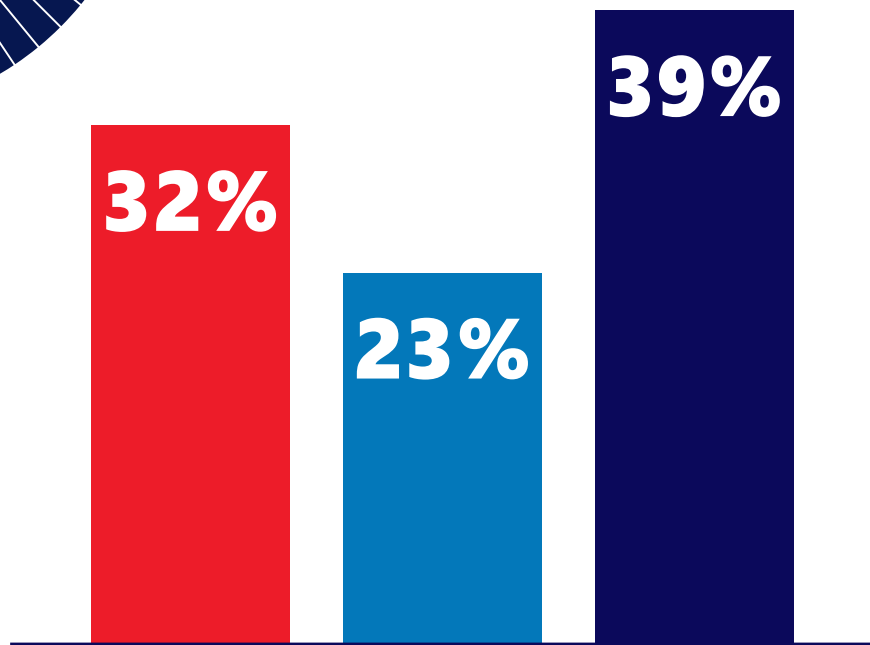


*Cuidado com a **positividade tóxica***

Positividade tóxica, crença que um estado feliz e otimista é desejável, possível e apropriado em todas as situações, é prejudicial porque **significa negar, minimizar ou invalidar sentimentos negativos que são parte da experiência emocional humana**. A positividade tóxica é uma ditadura da felicidade que nega a condição humana que é composta por altos e baixos.

Atenção: não tem nada de errado em vermos o lado positivo das situações, ao contrário, a positividade saudável reconhece que uma situação pode ser boa e ruim ao mesmo tempo. **Nossa capacidade de ressignificar eventos é um dos principais fatores que apoiam a resiliência humana**. Quando construímos sentido a partir das adversidades, podemos aprender e crescer.





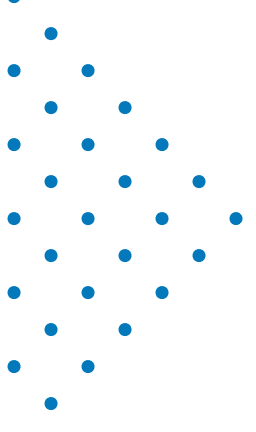
**O RH entende o que pessoas
como eu precisam e desejam**

● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança



O RH entende o que **peessoas como eu** precisam e desejam (Concordo totalmente)

	total da amostra	peessoas negras	mulheres negras	peessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	32%	33%	32%	31%	27%
Média Gestão	23%	26%	24%	26%	25%
Alta Liderança	39%	43%	49%	39%	48%

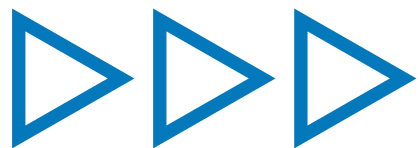


Nesses tempos em que as mudanças se apresentam de forma acelerada e incerta, **a cultura organizacional faz o papel de bússola, orientando os caminhos que fazem sentido para o negócio.** No passado, qualquer coisa que se parecesse com a cultura provavelmente era um subproduto das tarefas e do ambiente de trabalho, hoje em dia é a cultura organizacional que aponta **como deve ser o trabalho diário e o ambiente corporativo**, assim, por sua capacidade de impacto, ela não pode ser negligenciada, precisa ser entendida como **uma construção diária e intencional e que tem por objetivo final garantir o alinhamento** – e coerência – entre as expectativas e necessidades das pessoas e do negócio.



A construção e cultivo de uma cultura organizacional positiva, e que tenha as pessoas no centro da estratégia é papel da área de Recursos Humanos – não só desta área pois é um trabalho que deve ser feito e pensado por pessoas plurais em experiências e vivências. O fato é que, profissionais da área de **Recursos Humanos ainda não ocuparam todo o espaço que precisam e que estão preparados para assumir.** Acreditamos que a Carreira dos Sonhos é um incentivo para fazerem isso de forma coerente e consistente! E estamos aqui para apoiar no que for necessário! ;)





Projetar uma **cultura de bem-estar para a vida** envolve construir cultura organizacional que inclua **senso de pertencimento**.

*Futuros possíveis
são **construídos**
por muitos!*





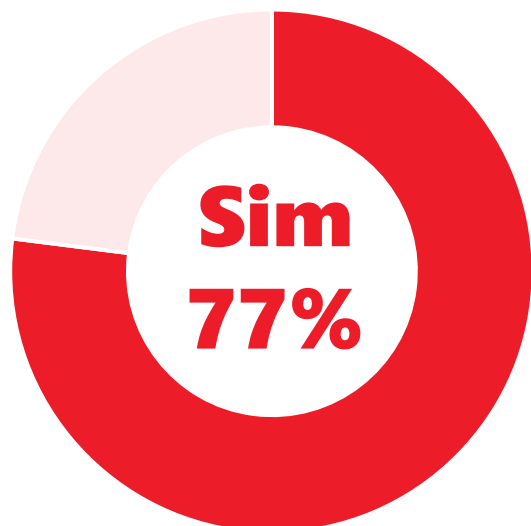
EMPRESAS DOS **SONHOS**



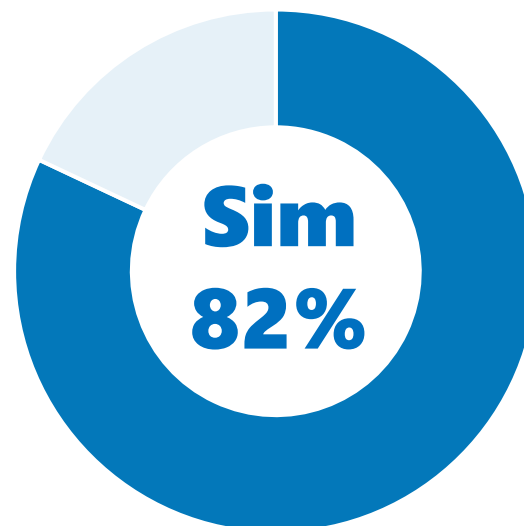
Tem Empresa dos **Sonhos**?



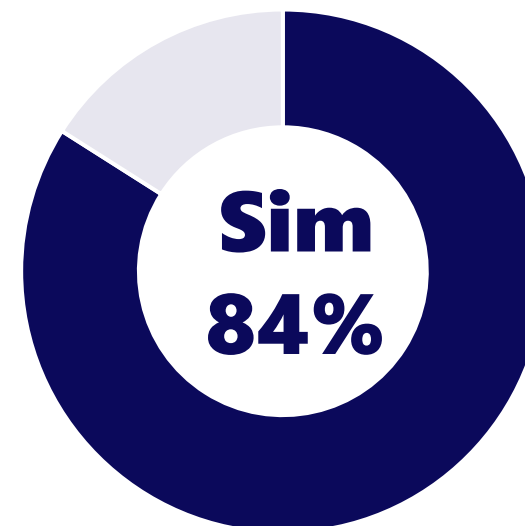
+++++



2018	2019	2020
71%	68%	74%



2018	2019	2020
72%	72%	80%



2018	2019	2020
72%	69%	81%

● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança

Motivos de *Escolha*

Desenvolvimento

Fazer o que gosta

Boa imagem

Segmento de atuação

Inovação

Desenvolvimento

Fazer o que gosta

Boa imagem

Segmento de atuação

Inovação

Fazer o que gosta

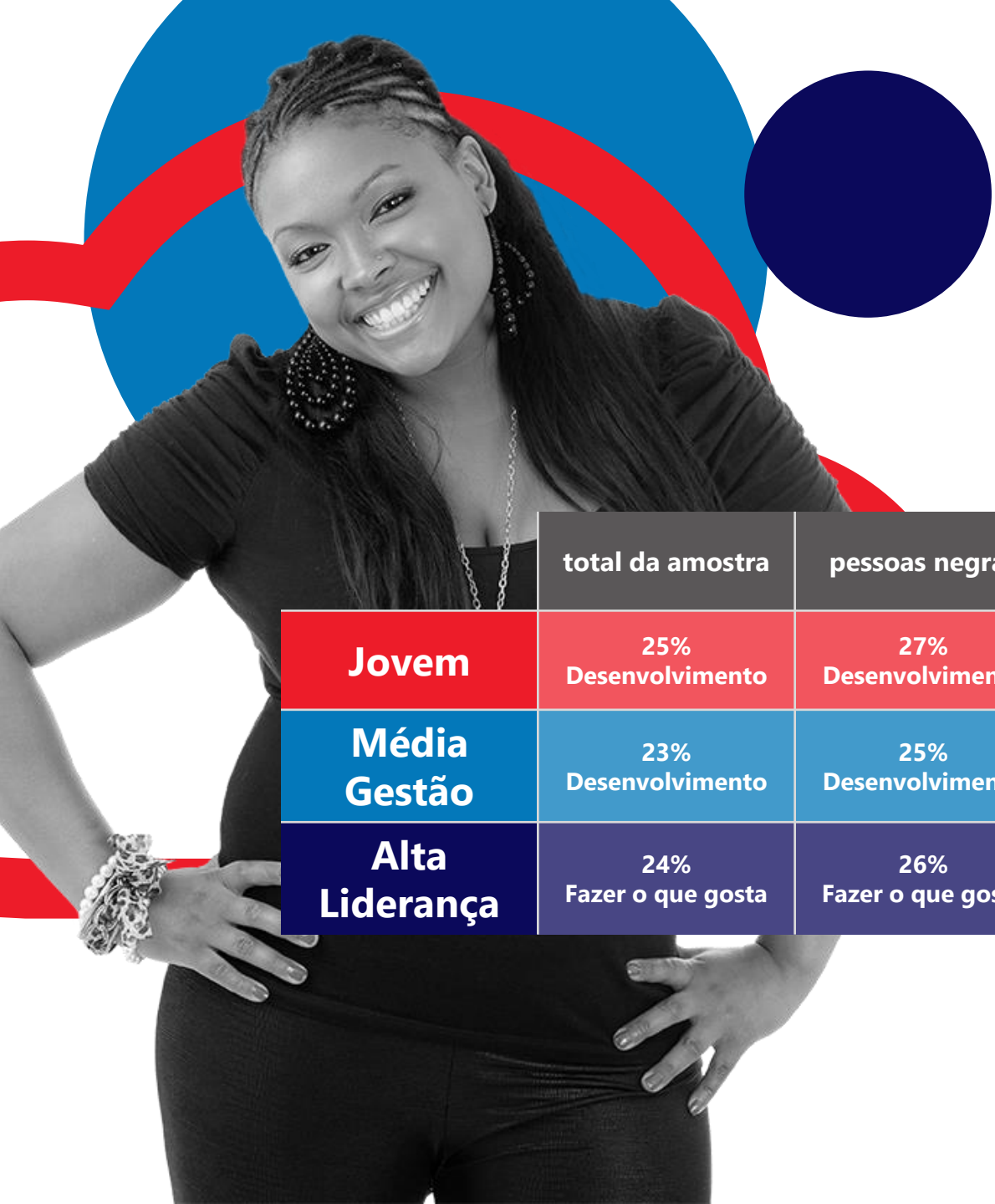
Desenvolvimento

Inovação

Segmento de atuação

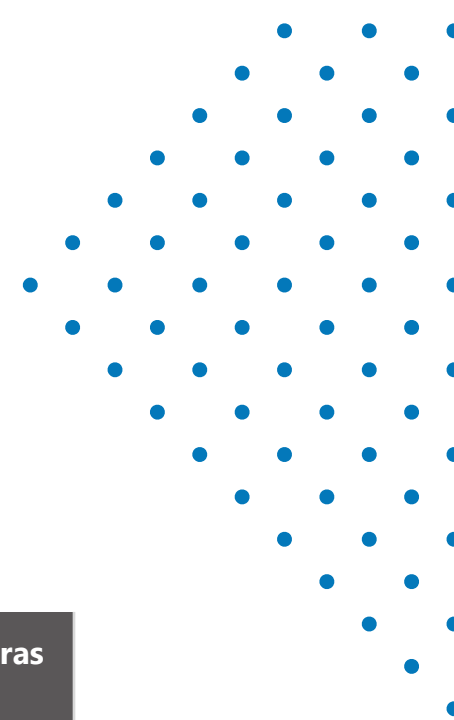
Boa Imagem

● Jovem ● Média Gestão ● Alta Liderança



Motivos de **Escolha**

	total da amostra	peessoas negras	mulheres negras	peessoas LGBTQIA+	mulheres negras LGBTQIA+
Jovem	25% Desenvolvimento	27% Desenvolvimento	28% Desenvolvimento	25% Fazer o que gosta	25% Desenvolvimento
Média Gestão	23% Desenvolvimento	25% Desenvolvimento	26% Desenvolvimento	22% Desenvolvimento	33% Desenvolvimento
Alta Liderança	24% Fazer o que gosta	26% Fazer o que gosta	23% Fazer o que gosta	20% Fazer o que gosta	45% Fazer o que gosta



Fonte de **Informação**

Redes sociais/
site da empresa
47%

Conhece pessoa
que trabalha ou
trabalhou nela
38%

Trabalha ou
trabalhou nela
38%

Palestras/eventos
40%

Qualidade de seus
produtos/serviços
34%

Qualidade de seus
produtos/serviços
35%

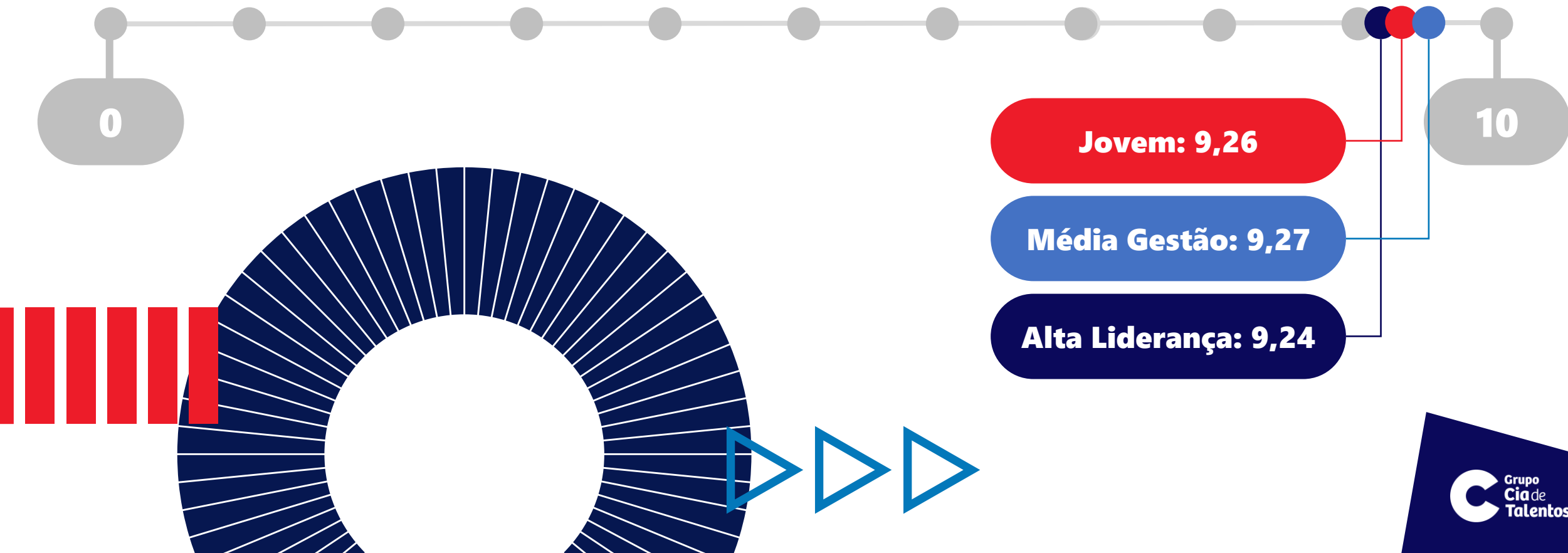
Qualidade de seus
produtos/serviços
39%

Redes sociais/
site da empresa
32%

Conhece pessoa
que trabalha ou
trabalhou nela
28%

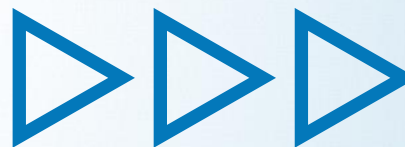


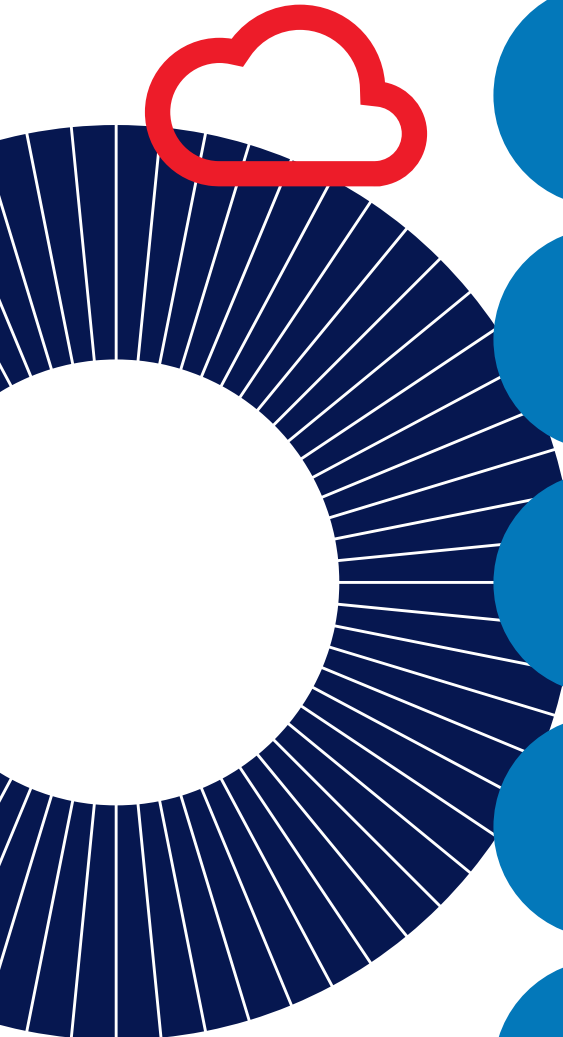
Numa escala de 0 a 10, **o quanto esta empresa respeita/valoriza seus clientes?**





Ranking
***Empresa
dos Sonhos***
2021





1 Google

2 bradesco

3 ambev

4 Itaú

5 Nestlé
Faz bem

6 natura

7 nu

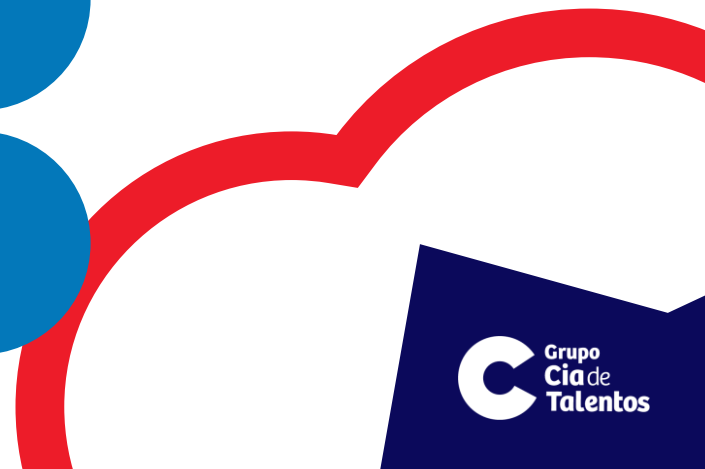
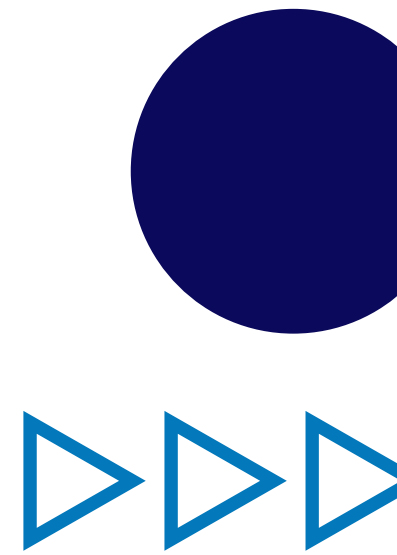
8 VALE

9

10 BAYER

20 ANOS

CARREIRA DOS SONHOS





Que legal que chegou até aqui! Depois de ver todos estes dados, deve ter perguntas, ideias ou comentários que gostaria de compartilhar, né? Se quiser, pode mandar sua mensagem para:

carreiradossonhos@grupociadetalentos.com.br

Vamos adorar receber e responder!

20
ANOS

CARREIRA DOS SONHOS

Realização:

Cia de Talentos Insights

Para mais informações:

Conteúdo:

Danilca Galdini

danilca@grupociadetalentos.com.br

Comercial:

negocios@grupociadetalentos.com.br

Imprensa:

assessoria2@grupociadetalentos.com.br

www.carreiradossonhos.com.br

